

Government  
of Canada

Gouvernement  
du Canada

# National Farm Products Council



00

annual review

Canada

Canada Building  
10th Floor,  
344 Slater Street  
Ottawa, Ontario K1R 7Y3  
Phone: (613) 995-6752  
Fax: (613) 995-2097  
ATME: (613) 943-3707  
Web site: <http://www.nfpc-cnpa.gc.ca>  
E-mail: [NationalFarm.NFPCWEB@agr.gc.ca](mailto:NationalFarm.NFPCWEB@agr.gc.ca)

© Minister of Public Works and Government Services Canada, 2008

Cat. No. A99-2/2008

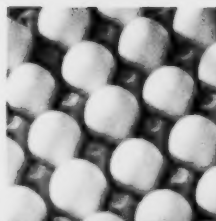
ISBN: 978-0-662-05908-0



## Table of Content

### 2008 Annual Review

A Message from the Chairperson .....	2
The Council .....	4
Legislative Framework .....	6
Members .....	6
Staff .....	7
Council Business in Review .....	8
Meetings .....	9
<i>New Federal Lobbyist Act</i> .....	9
Strategic Business Planning .....	9
Complaints .....	9
National Association of Agri-Food Supervisory Agencies (NAASA) .....	9
<i>Agricultural Products Marketing Act (APMA)</i> .....	9
Communications Initiatives.....	10
Corporate Services .....	11
State of the Industry – Agencies in Review.....	12
Egg Industry .....	12
Broiler Hatching Egg Industry.....	14
Chicken Industry .....	16
Turkey Industry.....	18
Beef Industry.....	20
Mission, Mandate and Other Responsibilities.....	22
Industry and Stakeholder Contacts .....	23
Provincial Supervisory Board Contacts .....	23



## A Message from the Chairperson

*"Reinventing ourselves through cooperation and leadership"*



My first year at the National Farm Products Council was fascinating. While I was excited by the challenge of becoming involved in the feather and beef industries and ready to contribute, I had no idea where this would lead me and little understanding as to how complex and interesting this part of the Canadian agriculture was going to be.

2008 was a year of transition. As you know, Council is composed of a relatively new crew and many learning sessions and training activities were organized for Members so they could fully contribute in making credible decisions in the interest of all stakeholders, from producers to consumers.

Joining the Council in mid 2008 was new Member John Griffin President of W.P. Griffin Inc. a family-owned farming business in Elmsdale, PEI which grows potatoes, grain and hay and houses a packaging warehouse facility. He is also on the Board of the PEI Federation of Agriculture. His experience has brought valuable support and contribution to the Council table.

We can be proud of our achievements in 2008 and with the way in which we responded to issues and

challenges. We continued to make credible and neutral decisions in the balanced interests of producers, processors and consumers as well as improving some of our communication initiatives and partnerships.

I am also very pleased with the successful resolution of a long standing dispute between an individual turkey producer from Alberta and the Canadian Turkey Marketing Agency. The collaborative support that the Council received from the parties and from the Alberta Agricultural Products Marketing Council was noteworthy. I am also encouraged by the involvement and participation of the chicken industry players in the newly created Oversight Committee and their commitment to finding innovative solutions to the current situation.

Last year provided me the opportunity to travel and open discussions with people from coast to coast and gave me the chance to meet a lot of dedicated people from all national agencies, major industry stakeholders and my provincial counterparts. I have to say that I am very privileged to work with individuals who are so committed and involved in their industries.



So much has changed in Canada over the past thirty plus years. Today, people come from a wider range of countries than before. Our large urban centers are more multi-cultural and consumers are increasingly focused on how their food is produced and on food safety. The structure of the industry is also changing. It is becoming more concentrated at the production, processing and retail levels and operations are becoming more integrated.

In addition to the regular operations, 2008 was a very productive year for NFPC which had to renew its priorities and establish its strategic directions for the next three years from 2009 to 2012. This was a very important exercise for NFPC. This will allow the Council to: become more proactive in its day-to-day operations to better achieve its mandate; respond to the needs of the industry; ensure that the system meets current and future challenges and works in the balanced interest of all stakeholders, from producers to consumers.

To help us, we conducted a national survey to find out how we can better assist agri-food industries to change and prosper in the years to come. Stakeholders

were surveyed on NFPC's past performance, strategic priorities, future trends and issues, supply management criticism and strategic directions, priorities and actions for NFPC.

In addition, a number of bilateral consultations and meetings were organized during the summer and fall with stakeholders, national agencies and provincial supervisory boards to provide comments and suggestions to help us facilitate and develop our strategic objectives.

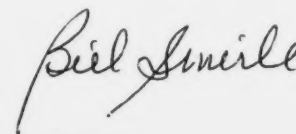
From the survey and meetings held across Canada, two clear messages emerged: a need for more communication, cooperation, collaboration and coordination; for the NFPC to be more proactive and involved in order to better support the work of national agencies in the management of the system.

Cooperation was at the heart of the system that farmers built with federal and provincial authorities in the early seventies. Leaders for tomorrow must continue this cooperation and take it even further in order to allow the system and the industries to deal with current issues and to have flexibility in meeting future challenges.

The NFPC is committed to improving its support to the national agencies and industry stakeholders and is prepared to reinvent itself through cooperation and leadership. To be successful, the NFPC needs your engagement and commitment in order to move forward. I am confident that we will succeed.

I look forward to continuing to work with all of you during the next year on our commitment to renewed cooperation and leadership.

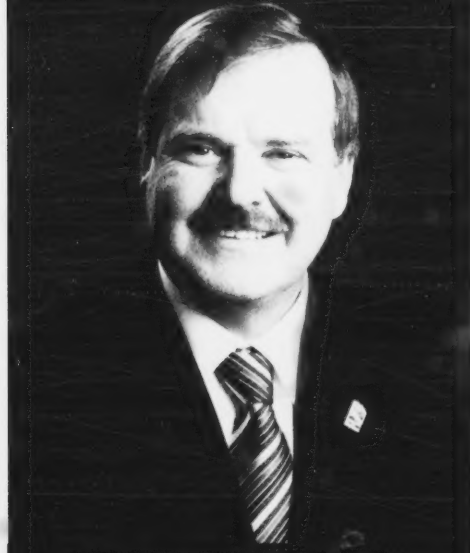
Sincerely,



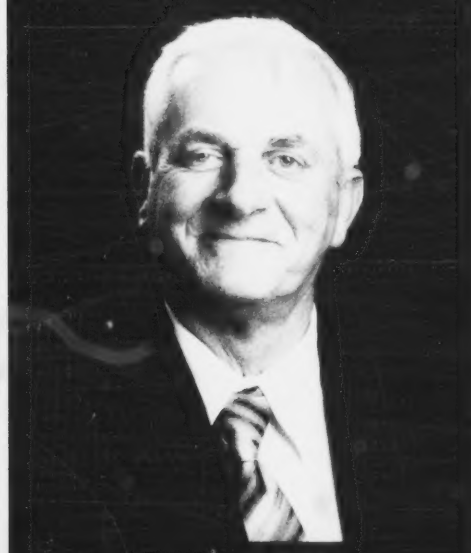
Bill Smirle  
Chairperson



Bill Smirle, Chairperson



Brent Montgomery, Vice-Chair



Ed de Jong, Member



Juliann Blaser Lindenbach, Member

## The Council



Marjorie Donnan, Member



Lise Bergeron, Member



Patrick James, Member



John Griffin, Member

The National Farm Products Council (NFPC) was established in 1972 under the *Farm Products Marketing Agencies Act* (FPMAA). The Act meshes the marketing powers of the federal government, which has authority over interprovincial and export trade, and the provinces/territories, which have authority over intraprovincial trade.

This legislation provides for the establishment of national marketing agencies and in 1993, the Act was amended mostly to add a new Part III, which enables producers to establish agencies for promotion and research. In 2002, the Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency was the first such agency to be established.

The Council currently supervises the operations of four national marketing agencies: the Egg Farmers of Canada (EFC), the Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA), Chicken Farmers of Canada (CFC) and the Canadian Hatching Egg Producers (CHEP). The four agencies manage the supply of Canadian chicken, turkey, eggs and broiler-hatching eggs. They implement and administer marketing plans and allocate production quotas to ensure adequate supply. The marketing agencies are funded through levies collected on sold products.

The NFPC supervises these agencies to ensure that they carry on their operations in accordance with the objectives set out in the Act, and that these agencies work in the balanced interests of producers,

processors and consumers. This is done through the approval of quota regulations, levies orders, licensing regulations and a review of the agencies' annual business plan and policies. Other duties include working with provincial governments interested in the establishment and exercise of the powers of national agencies, and advising and informing the Minister of issues regarding the creation and operation of the national agencies.

### Supporting farmers

The Council supports producers by supervising the establishment, direction, and decision-making of national agencies including:

- » approves quotas and levies;
- » hearing and resolving complaints and appeals regarding agency decisions;
- » formulating recommendations on agency operations and;
- » reporting to the Minister on challenges, constraints and opportunities for the agricultural industry.

### Looking out for consumers

The Council works with all four Agencies to ensure that consumers have access to:

- » a stable and reasonably priced supply of home-grown chickens, turkeys and eggs;
- » an industry that is responsible and that develops adequate responsive solutions to constant challenges such as avian influenza.

### Fulfilling its mandate via partnership

The Council works with all provincial governments and stakeholders to provide information and advice on policies and programs that keep our food system secure, resolve complaints, foster innovation and support growth and prosperity in rural and urban communities from coast to coast.

### Beef Promotion and Research

The Council also supervises the operations of the Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency. This agency promotes beef marketing through advertising, promotion and consumer education programs, as well as through product development and nutrition research. Revenues for these activities are also generated through levies, commonly called 'check-offs'.





### **Lise Bergeron, Member (2008-2011)**

Lise Bergeron lives in Montreal, Québec. She has substantial experience in the collective marketing of agricultural products in Quebec and across Canada. Ms. Bergeron was a member of the Quebec agricultural and food markets board, the Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec, from 1996 to 1999, and was Vice-Chairperson of it from 1999 to 2007. From 1986 to 1991, she held the position of Vice-Chairperson of the National Farm Products Council. In addition, Ms. Bergeron was a member of the Canadian International Trade Tribunal from 1991 to 1995. She also worked for the Quebec pork producers' federation, the Fédération des producteurs de porcs du Québec, and for the Quebec federated co-operative, La coop fédérée.

### **Patrick James, Member (2008-2010)**

Patrick James is a beef cattle rancher from Olds, Alberta. He is an amiable individual with vast experience in rural Alberta issues. He is involved in numerous boards, organizations and committees in his community. He graduated from Olds College with a Certificate in Agriculture, and has experience in negotiating, mediation of disputes and public speaking.

### **John Griffin, Member (2008-2012)**

Mr. John Griffin is President of W.P. Griffin Inc. since 2000, a family-owned and operated farming business in Elmsdale, P.E.I. The enterprise is organized in two divisions: the farming operation, which grows potatoes, grain and hay; the potato packaging operation, which specializes in food service, consumer packs and ready-to-serve BBQ & Microwave Ready potatoes. He is also on the Board of the World Potato Congress.



## **Staff**

### **Office of the Chairperson**

<b>Bill Smirle</b>	Chairperson
<b>Claude Janelle</b>	Executive Director
<b>Lisette Wathier</b>	Executive Assistant

### **Regulatory Affairs, Council Secretary and Registrar**

<b>Carola McWade</b>	Director, Regulatory Affairs, Council Secretary and Registrar
<b>Chantal Lafontaine</b>	Communication Officer
<b>Pierre Bigras</b>	Regulatory Affairs Officer
<b>Nancy Fournier</b>	Regulatory Affairs Officer

### **Policy and Programs Operations**

<b>Christine Kwasse</b>	Director, Policy and Programs Operations
<b>Reg Milne</b>	Senior Advisor
<b>Clément Côté</b>	Senior Advisor
<b>Bob Botsford</b>	Senior Advisor
<b>Hélène Devost</b>	Analyst
<b>Marcel Huot</b>	Analyst
<b>Mohamed Hassan (absent)</b>	Statistical Officer

### **Corporate Business Services**

<b>Marc Chamaillard</b>	Director, Corporate Business Services
<b>Lise Leduc</b>	Team Leader, Corporate Business Services
<b>Mélanie Amyotte</b>	Administrative Support
<b>Ginette Hurtubise</b>	Administrative Support
<b>Natalie Weese</b>	Administrative Support

## Council Business in Review

### Meetings

2008 was a busy year for meetings. The Council held five face-to-face meetings and two by teleconferences. All meetings were held in Ottawa with the exception of one conducted in Vancouver, B.C., in conjunction with the June conference of the Canadian Poultry and Egg Processors Council. This opportunity was also used by members to meet representatives from the various industries and to visit a further processing plant, a hatchery, a hatching egg farm operation, as well as meeting with the British Columbia Farm Industry Review Board (BCFIRB).

Council members and NFPC staff attended agency meetings and presented progress reports to Council, as well as attending the annual general meetings of the provincial commodity boards.

Also over the summer months, Council members and staff had the opportunity to attend the national summer meetings of agencies. During some of these visits, our Chair conducted business meetings with several supervisory boards. It gave the Chair the opportunity to meet his provincial counterparts and to discuss provincial concerns as well as explore new ways for improving collaboration.

The Council is proud of its ongoing leadership role with regards to its capacity to attend and convene meetings to help build information sharing and to

encourage new thinking within the agencies and the industry as a whole.

### New Federal Lobbyist Act

In July 2008 *the Lobbying Act* came into force, bringing with it new accountability and transparency rules for lobbyists. Unlike the current *Lobbyists Registration Act*, the *Lobbying Act* also includes new obligations for clients of lobbyists and for certain public office holders. To help Agencies understand some of the changes an information session was held by NFPC in early September in collaboration with the Office of the Commissioner of Lobbying of Canada.

Some of the major changes include, a new Commissioner of Lobbying, an introduction of the concept of Designated Public Office Holder (DPOH), a monthly disclosure by lobbyists of certain details about their lobbying activities, a five-year post employment prohibition for DPOH on lobbying the GOC, a ban on any payment and receipt of any benefit that is contingent on the outcome of a consultant lobbyist's activities plus a number of changes to the registration process.

### Strategic Business Planning

In order to better fulfill its mandate and respond to the needs of the industry, the NFPC sought the contribution of industry stakeholders in the establishment of its future strategic priorities for the next three years by conducting an industry wide survey and holding a two-day strategic planning session for members.

In September 2008 the survey questionnaire was sent to 48 industry stakeholders including current Council members, past members, marketing and promotion research agencies, downstream stakeholders associations, National Association of Agri-Food Supervisory Agencies (NAASA) members, NFPC staff as well as Agriculture and Agri-Food (AAFC) portfolio members. It covered four main topics: NFPC's past 2006–2009 Strategic Priorities performance; future trends and issues in agriculture and supply management; criticism of the supply management system and strategic directions, priorities and actions for NFPC.

From the results of the survey and Council members' discussions, a preliminary strategic plan was prepared and further consultations undertaken to validate the directions. The NFPC's strategic plan for 2009–2012 will be released during the annual general meetings of the national agencies scheduled the last week of March 2009.

## Complaints

The Council no longer automatically holds hearings into complaints from stakeholders. In many cases, it offers voluntary participation in alternative dispute resolution (ADR) processes to settle complaints. Council will only hold a hearing if the matter qualifies for a public hearing under section eight of the *Farm Products Agencies Act*.

Council dealt with five complaints in 2008. Three were over periodic quota allocations for chicken, the first from the Canadian Poultry and Egg Processors Council (CPEPC) for production period A-87, the

second from CPEPC, the Further Poultry Processors Association of Canada (FPPAC) and the Canadian Restaurant and Foodservice Association (CRFA) for A-89, the third from CPEPC and FPPAC for A-90. Two others concerned Egg Farmers of Canada (EFC), the first from an individual former egg processor from Alberta who complained about a variable processed egg pricing decision and the second from the Saskatchewan signatories to the egg plan against the 2009 EFC quota allocation.

In the fall 2008, the NFPC held a special joint meeting regarding the CPEPC's complaint against CFC's A-87 quota allocation. During this session NFPC staff presented preliminary investigation findings and gave the participants the opportunity to partake in a discussion about the results and talk about next steps and deadlines.

The participants agreed with the creation of an industry oversight committee with a main objective or responsibility being to ensure that coordinated actions are developed and implemented to improve the CFC's allocation setting process.

The first meeting of the newly established oversight committee was held in December and Terms of Reference were discussed. As for the A-89 complaint, as it is similar to the complaint on A-87, the NFPC will use the same process and approach as with the complaint for A-87.

## National Association of Agri-Food Supervisory Agencies (NAASA)

Council is a member of the National Association of Agri-Food Supervisory Agencies (NAASA). This



is a federal/provincial/intergovernmental group that shares ideas and information on issues of common concern.

It consists of the NFPC, Canadian Dairy Commission and the supervisory agencies in each of the provinces and territory. The provincial agencies supervise the affairs of the provincial commodity boards.

In addition to a number of conference calls, NAASA held two face to face roundtable meetings, one in Ottawa and one in Quebec City. During these meetings, Council tabled reports on Council's decisions and business. Representatives from Chicken Farmers of Canada made a presentation on their strategic plan and responded to questions. Updates on WTO negotiations were also presented as well as a discussion was held on NAASA governance principles and contributions.

## Agricultural Products Marketing Act (APMA)

The APMA provides for the enactment of orders by the Governor in Council for the delegation to provincial boards and agencies of authority to regulate the marketing of agricultural products in



interprovincial and export trade as well as delegates authority to set, collect and use levies.

The NFPC is responsible for the day-to-day administration of the APMA and in assisting them during the application process. A provincial commodity board needs to apply to the federal government to be granted authority under the APMA. The NFPC guides the group on how to present an application and steers it through the evaluation and decision process. If the application is successful, then the GIC grants authority to the group and describes the powers by way of an APMA Delegation Order.

In March, Council and AAFC staff appeared before the Standing Joint Committee for the Scrutiny of Regulations (REGS) which reviews and scrutinizes government regulations and statutory instruments on the basis of legality and procedural aspects. The appearance was to answer questions regarding the B.C. Vegetable Marketing Commission levies order with resulted in the enactment of a new levies order.

Over the year, the NFPC developed a guideline to help provincial boards in the administrative process provincial boards must follow when applying for a new delegation order or making changes to existing orders and regulations. The guideline was shared with all APMA stakeholders. It provides the conditions for obtaining an order of delegation of authority under the APMA and fully explained the administrative process and the rights and responsibilities. Finally, the guideline also described the process for

the enactment and amendment of delegation orders and subsidiary orders and regulations.

## Communication Initiatives

In 2008, Council staff provided a series of on-going communication products and projects to keep its members, staff, partners and industry stakeholders informed.

### Focus Newsletter

With a new and updated masthead design, the Focus newsletter continued to provide the readers with current and informative news items. This information report focuses on Council business and decisions and provides insight on portfolio, departmental, industry and international news as well as a calendar of events.

For 2008 seven issues of the newsletter were published. This electronic publication is available in a PDF version via email only and is also posted in both HTML and PDF on NFPC's web site.



## New and Improved Website

The NFPC launched its new and improved Website to all stakeholders, business partners and various counterparts at the end of December 2008.

This new innovative and user friendly website has been designed with the collaboration and the support of Agriculture and Agri-Food Canada and NFPC staff and also with the expertise of the website designer Antoni Gendron of 123Xplore. In 2008, the NFPC continued to receive constructive comments from users which were very valuable in the development of this new website.



## Data Handbook

The NFPC published its 7th edition of NFPC's Poultry and Egg Industry Handbook. This useful all-in-one reference guide provides statistical information about the poultry and egg sector.

This manual has been prepared with the contribution of Agriculture and Agri-Food Canada, other government departments, the four national poultry and egg marketing agencies and industry associations.

Over the years, its distribution list has increased significantly. The handbook is considered a very useful and practical tool for the poultry and egg industry, government departments, the academic sector and other stakeholders.

## Corporate Services

In 2008, at the forefront of NFPC corporate activities was the public service renewal, a key priority for government in the context of aging work force, especially at the senior levels.

NFPC and other government institutions are also affected by the strongest and most competitive labour market in the past 35 years, which requires a more knowledge-based workforce.

Over the last year, the NFPC continued to engage in specific corporate activities in support of the continuous development of a strong and representative workforce, focussing on employee development, learning and retention strategies. This included the development of performance agreements and learning plans for all employees of NFPC. Furthermore, the organization focussed on the development of a logic model covering the complete spectrum of NFPC operational activities and accountabilities.

It is also important to note that the NFPC remained an active corporate player and has continued to effectively meet its administrative responsibilities

with several corporate partners such as Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) and other central agencies of the government. As such, it maintained close relationships with the department on several corporate initiatives such as the Program Activity Architecture initiative and other departmental business planning activities currently under review. It also continued to collaborate routinely with AAFC Financial Services on budgetary and restraint measures and with the Human Resources Branch on key staffing and classification requirements.

The Public Service Commission also remained a close partner where active collaboration pertaining to the Departmental Staffing Accountability Report (DSAR) was at the forefront. Finally, NFPC maintained an active participation on numerous micro and small agencies corporate network committees and continued to play an active and lead role for the advancement of these interests for NFPC and all stakeholders.



## State of the Industry - Agencies in Review

### Egg Industry



#### Overview in 2008

In 2008, key market indicators showed that the Canadian egg industry was relatively as strong as its U.S. counterpart. Preliminary data provided by Egg Farmers of Canada (formerly the Canadian Egg Marketing Agency) indicates that the volume of egg production in 2008 was 1.0% above that in 2007. Data from Nielsen Marketing indicate that retail sales of shell eggs have increased for the second consecutive year. The preliminary annual data for 2008 from Nielsen Marketing suggest that total consumption of shell eggs increased by 4.0% from 2007.

Nationally, the Canadian egg-processing sector continues to grow. Retail sales for liquid eggs and egg products increased by 1.0%, while retail sales of specialty eggs (omega-3, organic, free run and free range) increased by 9.0% over 2007.

Other than a small volume (1.1 million dozen) of supplementary table eggs imported in the latter part of 2008, domestic egg production and regular imports of table eggs required under Canada's trade obligations were more than sufficient to satisfy the table market in 2008. The industrial product volumes (eggs surplus to the table market) were down by approximately 4.9% from last year.

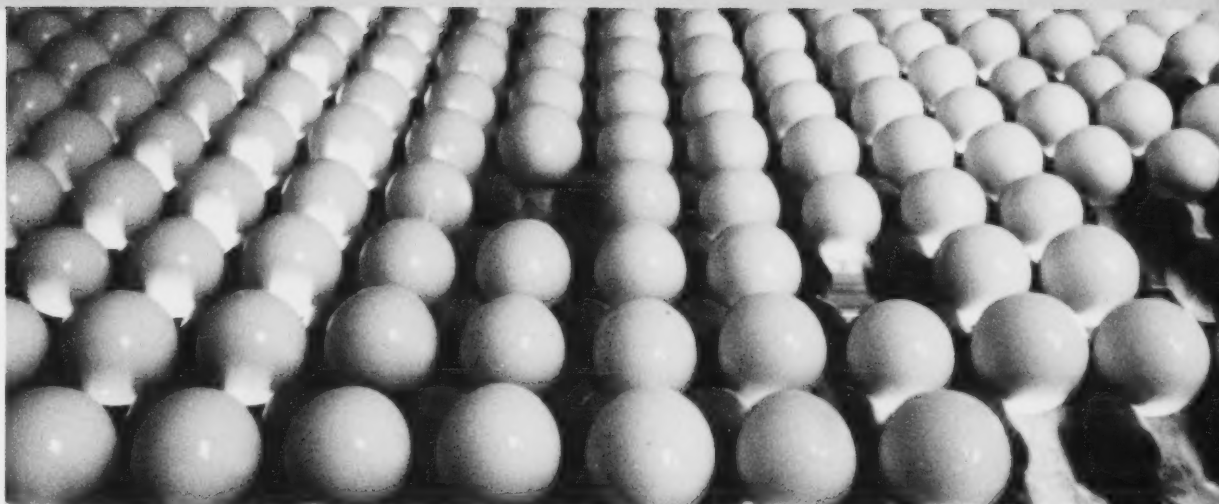
#### Egg Farmers of Canada (EFC)

In August 2008, the Canadian Egg Marketing Agency undertook an organizational makeover by changing its name to Egg Farmers of Canada and by adopting a new logo and the motto "Dedicated to Quality." This was done as a result of extensive market research by EFC to better reflect consumers' view of the organization.

The financial situation of EFC improved in 2008, essentially owing to strong U.S. prices, a lower volume of industrial products and a higher EFC selling price to egg processors (a price that is based on the U.S. price for breaking stock). The levy was 28.25 cents per dozen at the beginning of the year, but EFC reduced it twice during the year, with a 2 cent per dozen reduction in May and a further 2 cent per dozen reduction in October.

In 2008, EFC continued to work on several ongoing key issues affecting the Canadian egg industry, such as the issues surrounding quota allocation and the Saskatchewan signatories' complaint, the cost-of-production survey methodology, the National Egg Supply Team (NEST), and the ongoing negotiations at the World Trade Organization. The objective of the NEST program is the development of a more efficient and market-responsive production system.

On the food safety front, EFC worked with the Canadian Food Inspection Agency (CFIA) on the avian influenza surveillance program. EFC also worked in collaboration with the provincial egg boards to develop an insurance program for the breeder, pullet and layer sectors of the table egg industry through the Poultry Insurance Exchange Reciprocal (PIE) of Canada. An important feature of the insurance program is that all producers wanting to receive the benefits of the insurance program must also participate in the industry-developed on-farm food safety program.



## Outlook for 2009

For 2009, EFC is forecasting 1% growth in shell egg table demand, significantly lower U.S. breaking stock prices and slightly lower Canadian producer prices. The increase in shell egg table demand matches Statistics Canada's projected increase in the Canadian population.

The low U.S. prices are due to demand and supply conditions. Canadian producer prices, which are based on a cost-of-production formula, are expected to decrease, owing to low feed prices. EFC anticipates also a small increase in production in 2009, mainly owing to better flock management and layer productivity improvements.

## Challenges and Opportunities

In recent years, the Council has been concerned about the increased cost of the Industrial Product Program (IPP). The Council asked EFC to address the structural issue related to the affordability and sustainability of the program, which was under severe financial stress in previous years, and requested that EFC develop a comprehensive plan to address this issue. The IPP was established in the 1970s to remove surplus eggs from the table market and direct them to processors and the pharmaceutical market. The significant increase in the volume of egg surplus over these years and the financial implications, especially when U.S. prices are low, has become a structural issue for EFC.

The Council has been working with EFC to address issues related to the wage and benefit rate, as well as to the return on capital used in EFC's cost-of-production formula. Other remaining challenges for EFC are the renewal of its federal-provincial agreement and the recurring issue which the Saskatchewan signatories to the Federal-Provincial Agreement on Eggs have with the methodology employed by EFC for the overbase allocation.

Talks on agriculture at the World Trade Organization are expected to resume in 2009. This is a concern for Canada's supply-managed sectors, as access to the Canadian market could be increased and tariffs reduced.



## Broiler Hatching Egg Industry

### Overview in 2008

Hatching egg production in 2008 is estimated to have been 1.1% above that in 2007. There was a slowdown in the chicken market in 2008, and as a result of this and the increased domestic production of broiler hatching eggs, hatcheries decreased their imports of chicks and broiler hatching eggs by 3.1% from the 2007 volumes.

In 2008, the price for broiler hatching eggs increased by 1.75 cents per saleable chick in British Columbia, 4.60 cents in Manitoba, and 3.01 cents in Ontario and Quebec. These increases were reflected in the price for which hatcheries sold chicks to chicken producers.

In 2008, imports of broiler hatching eggs and chicks, in egg-equivalent terms, equalled 142.8 million eggs. This is 1.5% below the total tariff rate quota of 144.9 million eggs.

## Canadian Hatching Egg Producers (CHEP)

Both Saskatchewan and Alberta signed a service agreement (Saskatchewan in March, Alberta in November) which gives the provinces representation at CHEP directors' meetings and the opportunity to participate in all discussions. Alberta's agreement begins on January 1, 2009.

CHEP continued working on the redrafting of its federal-provincial agreement (FPA), which will be sent out to signatories for their review and approval. Both the Alberta and Saskatchewan boards have indicated their intention to sign the revised FPA.

CHEP continued to support a Saskatchewan producer's attempt to overturn the government compensation payments that were received from the





Canadian Food Inspection Agency (CFIA). According to CHEP, the producer received approximately half of the fair market value of the birds that were removed because of an outbreak of avian influenza in 2007. In the meantime, CHEP has been working with AAFC to assess how the department's new suite of business risk management programs, such as AgriStability and AgriRecovery, can assist producers facing depopulation of their flocks owing to disease.

CHEP has also been developing standard operating procedures that will provide hatching egg producers with step-by-step instructions on cleaning and disinfecting their operation, including pullet and laying barns. Once completed, these procedures will be forwarded to CFIA for approval.

## Outlook for 2009

The poultry industry's outlook for domestic chicken production for 2009 is flat. Therefore, broiler hatching egg producers expect a difficult year. Production volumes similar to those in 2008 will be tempered by lower feed costs than in 2008.

## Challenges and Opportunities

CHEP continues to work with some provinces to increase its membership. The signing of the service

agreements by both the Alberta and Saskatchewan boards, as well as those boards' intention to sign the renewed FPA, bodes well for a strengthened national agency and increased producer stability.

Getting appropriate compensation in the case of an unforeseen disease outbreak continues to be CHEP's main objective. In addition, the World Trade Organization talks on agriculture, which are expected to resume in 2009, remain a concern.





## Chicken Industry



### Overview in 2008

The Canadian chicken industry remained relatively strong in 2008, compared to its U.S. counterpart. Chicken production in 2008 increased by about 1.3% from 2007, reaching its highest production level in history. Market development production increased by 11% from 2007. Despite the fact that chicken remained expensive relative to competing meats at the retail level, consumption increased by approximately 1.6% in 2008 from 2007.

The average Canadian producer price for live chicken in 2008 was \$1.43 per kg—15 cents higher than the 2007 prices. The Canadian market for dark meat was particularly strong, with wholesale prices reaching record levels at year-end, in comparison with the white meat market, which was somewhat weak. EMI data collected for Chicken Farmers of Canada indicate that the 2008 average market composite and breast complex wholesale prices were down 13 cents and 64 cents from the 2007 prices.

Chicken and imports of further-processed chicken products have each increased by 1% over 2007. While supplementary imports were unchanged from the level the previous year, chicken imported under the Import for Re-export Program (IREP) continued to rise, reaching 82.4 M kg, almost 8 M kg more than in 2007, according to Department of Foreign Affairs and International Trade data.

### Chicken Farmers of Canada (CFC)

In 2008, CFC completed its 2009-2013 strategic plan articulated around a vision of a “Canadian chicken industry that satisfies consumer expectations with domestically produced chicken” and its mission, which is “to build a strong, competitive, consumer-centered Canadian chicken industry that meets the challenges of a changing world, and to profitably grow its position as the protein leader in Canada.” The plan includes five key results areas: system performance; industry risk management; consumer expectations; market expansion; and organizational capacity.

In August 2008, provincial chicken boards signed an agreement committing them to the ongoing implementation and maintenance of a national on-farm food safety program called “**Safe, Safer, Safest.**” The agreement outlines the division of roles, responsibilities and authority between the provincial chicken boards and Chicken Farmers of Canada to reaffirm Canada’s commitment to deliver high quality chicken to consumers.

In 2008, CFC devoted time and resources to improving its allocation-setting process, which has been repetitively challenged by the downstream stakeholders, especially the CPEPC. An oversight committee led by the Chair of the National Farm Products Council (NFPC) was created in October



2008 to work toward resolving this recurring issue and improving CFC's allocation-setting system. The main responsibility of the committee will be to ensure that coordinated actions are developed and implemented.

In late 2008, as part of its public education program, CFC released a DVD and a reference guide entitled "Good Business, Great Chicken" to help government officials, parliamentarians and others gain a better understanding of Canadian chicken and Canada's supply management system.

## 2009 Outlook

CFC is projecting a 1.5% production increase in 2009 over the previous year. The Canadian Restaurant and Food Service Association anticipates that industry sales will drop by 1.4% in 2009. Taking into account menu inflation, which is estimated at 3.2%, the sales decrease could in reality represent a drop of 4.6%.

It is expected that lower Canadian chicken prices resulting from lower feed prices, along with lower energy costs, will help minimize pressure on the processors' margin. There was an upward trend in wholesale prices for most cuts in the second half of 2008, with the prices reaching record highs, except in the case of the breast meat complex.



The condition of the Canadian poultry market in 2009 is difficult to forecast, as there are numerous uncertainties, such as the impact of latest U.S. Country of Origin (COOL) adjustments (early 2009), the trend in wholesale prices and consumer food purchasing power for 2009.

## Challenges and Opportunities

An ongoing challenge for CFC is that of working in collaboration with the downstream stakeholders to improve its allocation-setting process to make it market-responsive. There is also an ongoing need for the chicken industry to address efficiency and

competitiveness issues in both the producer and the processing sectors, to maintain consumer confidence in the quality and safety of Canadian chicken, and to demonstrate that the Canadian industry pays sufficient attention to animal welfare.

The outcome of the WTO negotiations continues to be of concern for the supply-managed sectors and CFC.

The surge in the use of the Import for Re-Export Program is an ongoing concern that CFC is continuously monitoring, to ensure that there is no leakage of additional meat in the domestic market.



## Turkey Industry



### Overview in 2008

Overall, the Canadian turkey industry remained as dynamic as in the previous year. Canadian turkey production reached a record 179 M kg of eviscerated weight in 2008. This was a 6.1% increase over 2007, with the largest increase in the production of heavy toms destined for the further-processed market. Canadian domestic disappearance of turkey meat reached a record high of 149 M kg, a 6% increase over 2007.

The 2008 year-end storage stocks were about 45% larger than a year before, and most of this difference was made up of turkeys under 9 kg (broilers, light hens and heavy hens). Stocks of cut-up parts also increased by 8%, and the further-processed inventories increased by 57% from 2007. These increases are a result of the turkey production cycle and the negative effect of the listeria outbreak. However, the production cycle is expected to rebalance next year.

According to Agriculture and Agri-Food Canada, turkey imports increased by 21% over 2007, reaching 3.9 M kg, while further-processed turkey product imports decreased by 5%, falling to 5.8 M kg in 2008. Turkey exports would have reached 26.7 M kg, down 5.6% from 2007, according to the Agency.

### Canadian Turkey Marketing Agency (CTMA)

In 2008, the CTMA, in collaboration with its provincial commodity boards, moved forward with the process of completing the amendments of its key policies and regulations: the quota and levies orders, the licensing regulations and the delegation orders. CTMA amended its export and multiplier breeder policies to streamline information reporting and improve its allocation forecasting.

For consistency and accountability purposes, the CTMA is in the process of drafting its monitoring and enforcement policy agreement, which will spell out how the various quota classes will be monitored and audited. This will also contribute to clarifying the respective responsibilities of the CTMA and the provincial boards with respect to quota allotments and payment of levies.

In June 2008, the CTMA's board of directors adopted the interim Processor Entrant Policy for Whole Bird Quota, which will allow a provincial commodity board, subject to the conditions of the policy, to allocate additional volumes of whole bird quota. This policy is effective until the end of the 2008-2009 control period.

## 2009 Outlook

The CTMA is projecting that live turkey production will decline in 2009 by 7.8% from that in 2008. The decline is mainly related to the further-processed turkey sector. This projection reflects the impact of the listeria outbreak on consumer's food purchasing behaviour as well as the impact of the Canadian economy slowdown.

## Challenges and Opportunities

As part of its responsibilities, the CTMA continuously works with its industry stakeholders to address growth opportunities in the entire turkey industry and consumer confidence in Canadian turkey products.

The Agency is also working in collaboration with provincial and supervisory boards to finalize the regulatory instruments and ensure that the federal and provincial regulations and policies are consistent and effective.

Representatives from the turkey industry and the Department of Foreign Affairs and International Trade are working together to address the increasing demand for supplementary imports of turkey and turkey products. The turkey industry would like to



keep the imports at an acceptable level, while allowing Canadian processors to effectively compete with processed products that can be imported tariff-free from the United States.

The CTMA continues to work with the other feather industries on the current WTO negotiations, as well as with respect to the animal welfare and food safety issues.



## Beef Industry

### Overview in 2008

Statistics Canada's livestock survey showed a decline in cattle held on farms on January 1, 2009 by 715 thousand head, a 5.1% decline from inventory figures on January 1, 2008. Statistics Canada reports that much of the decline in the number of cattle and calves were in beef farms where the inventory is 5.6% lower. The number of cattle and calves on dairy farms fell by 2.5% over the same time period.

Canada found its 15th case of bovine spongiform encephalopathy (BSE) in 2008. According to the World Organization for Animal Health (OIE), Canada remains classified as a "controlled risk" country for BSE.

Officials from Canada and South Korea resumed negotiations during November, focusing on restoring Korean market access for Canadian beef. Before BSE was found in May 2003, Korea was Canada's fourth-largest export market, worth about \$50 million in sales per year.

### Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

The Council approved the Agency's first levy in March 2005. Currently, British Columbia, Alberta, Saskatchewan, Manitoba, Ontario, New Brunswick and Nova Scotia are signatories to the Beef Levies Order in their respective provinces. New Brunswick and Nova Scotia have not yet sent in levy dollars, as they are working out implementation issues. Quebec is in the final stages of signing its service agreement.

Funds generated by the national levy are allocated to the Beef Information Centre, Canada Beef Export Federation and Beef Cattle Research Council. Manitoba and Ontario have decided to retain some of the funds collected in their provinces to invest in provincial programs.

## Outlook for 2009

The USDA revised provisions for mandatory country-of-origin labelling (COOL), which came into effect on September 30, 2008. The final rule for COOL was issued on January 12, 2009, by the USDA. As stated in the Canadian government's press release of January 12, 2009, "the final regulations will allow for more flexibility on labelling requirements in the U.S. for meat from animals of American and Canadian origin that are brought together during a production run. Canada had repeatedly raised concerns that COOL could impose unfair costs, especially on Canadian livestock producers, by requiring the segregation of Canadian animals."

Since the announcement of the final rule for COOL the new U.S. administration has released additional labelling requirements which are voluntary. At this time it is not known the extent to which the U.S. processing industry will implement the voluntary labelling requirements.

The Canadian Cattlemen's Association hopes that the final rule will enable U.S. slaughter facilities to start accepting Canadian cattle again immediately, along with Canadian-born cattle fed in the U.S. The flexibility of the final rule should eliminate, or at least reduce, price discounts by U.S. facilities for Canadian cattle.



## Challenges and Opportunities

The immediate challenge for the Canadian beef industry is to win back the markets lost owing to the BSE issue, develop new international markets, further develop the Canadian market, and help the domestic beef industry counter the effects of the U.S. COOL policy. The other main challenge is to finalize the service agreements with Quebec and with Newfoundland and Labrador.



## Mission and Mandate

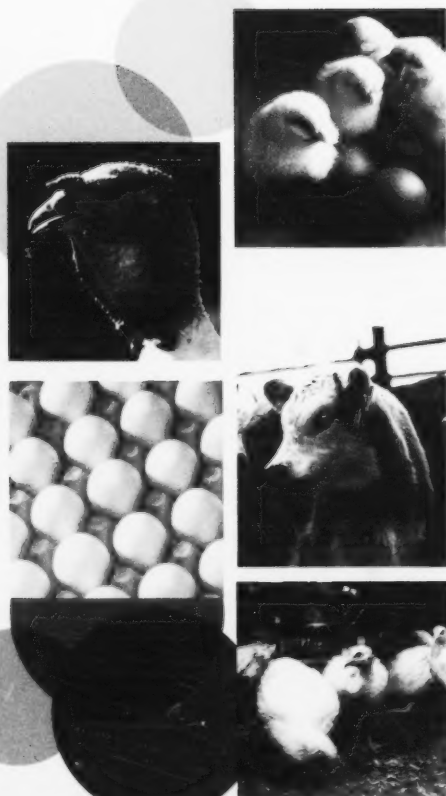
Our mission is to ensure that the national supply management systems for poultry and eggs, and the beef cattle promotion and research agency work in the balanced interest of all stakeholders and to promote the strength of the agri-food sectors for which the Council is responsible.

### Our mandate is to:

- » Advise the Minister on all matters relating to the establishment and operation of agencies under this Act with a view to maintaining and promoting an efficient and competitive agriculture industry;
- » Review the operations of agencies with a view to ensuring that they carry on their operations in accordance with their objectives;
- » Work with agencies in promoting more effective marketing of farm products in interprovincial and export trade: in the case of a promotion-research agency work to promote such marketing in import trade as well as research relating to farm products; and
- » Consult, on a continuing basis, with the governments of all provinces having an interest in the establishment or the exercise of the powers of any one or more agencies under this Act.

### Other Responsibilities

- » Investigate and take action, within its powers, on any complaints in relation to national agency decisions [pursuant to section 7(1)f)];
- » Hold public hearings when necessary [pursuant to section 8(1)];
- » Ensure the national agencies meet the requirements of the Statutory Instruments Act (SIA);
- » Administer the Agricultural Products Marketing Act (APMA) which allows the federal government to delegate its authority over interprovincial and export trade to provincial commodity Boards.



## Industry and Stakeholders Contacts

### Egg Farmers of Canada

Phone (613) 238-2514

[www.eggs.ca](http://www.eggs.ca)

Mr. Laurent Souigny, Chairperson

Mr. Tim Lambert, Chief Executive Officer

### Chicken Farmers of Canada

Phone (613) 241-2800

[www.chicken.ca](http://www.chicken.ca)

Mr. David Fuller, Chairperson

Mr. Mike Dungate, General Manager

### Canadian Turkey Marketing Agency

Phone (905) 812-3140

[www.canadianturkey.ca](http://www.canadianturkey.ca)

Mr. Mark Davies, Chairperson

Mr. Phil Boyd, Executive Director

### Canadian Hatching Egg Producers

Phone (613) 232-3023

[www.cbhema.com](http://www.cbhema.com)

Mr. Gyslain Loyer, Chairperson

Mr. Errol Halkai, General Manager

### Canadian Beef Cattle Research, Market Development and Promotion Agency

Phone (403) 275-8558

[www.cattle.ca/nco/checkoff.htm](http://www.cattle.ca/nco/checkoff.htm)

Mr. Marlin Beever, Chairperson

Mr. Rob McNabb, Executive Director

### Canadian Poultry and Egg Processors Council

Phone (613) 724-6605

[www.cpepc.ca](http://www.cpepc.ca)

Mr. Paul Borg, Chairperson

Mr. Robin Horel, President and CEO

### Further Poultry Processors Association of Canada

Phone (613) 738-1175

<http://www3.sympatico.ca/fppac/>

Mr. Ross MacLeod, Chairperson

Mr. Robert DeVal, General Manager

## Provincial Supervisory Board Contacts

### British Columbia Farm Industry Review Board

Phone (250) 356-8945

[www.firb.gov.bc.ca](http://www.firb.gov.bc.ca)

### Alberta Agricultural Products Marketing Council

Phone (780) 427-2164

[www1.agric.gov.ab.ca/Sdepartment/deptdocs.nsf/all/apmc2626](http://www1.agric.gov.ab.ca/Sdepartment/deptdocs.nsf/all/apmc2626)

### Saskatchewan Agri-Food Council

Phone (306) 787-5139

[www.agriculture.gov.sk.ca/](http://www.agriculture.gov.sk.ca/)

Agri-Food-Council

### Manitoba Farm Products Marketing Council

Phone (204) 945-4495

<http://web2.gov.mb.ca/agriculture/programs/index.php?name=aaa31s02>

### Ontario Farm Products Marketing Commission

Phone (519) 826-4220

[www.omafra.gov.on.ca/english/farmproducts](http://www.omafra.gov.on.ca/english/farmproducts)

### Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec

Phone (514) 873-4024

[www.rmaa.gouv.qc.ca/](http://www.rmaa.gouv.qc.ca/)

### Nova Scotia Natural Products Marketing Council

Phone (902) 893-6511

[www.gov.ns.ca/agri/legislation/abc\\_main.shtml](http://www.gov.ns.ca/agri/legislation/abc_main.shtml)

### New Brunswick Farm Products Marketing Commission

Phone (506) 453-3647

[www.gnb.ca/0175/01750001-e.asp](http://www.gnb.ca/0175/01750001-e.asp)

### Newfoundland and Labrador Farm Industry Review Board

Phone (709) 729-3799

[www.nr.gov.nl.ca/agric/farmboard/aboutus.stm](http://www.nr.gov.nl.ca/agric/farmboard/aboutus.stm)

### Prince Edward Island Marketing Council

Phone (902) 569-7575

[www.gov.pe.ca/af/agweb/associations](http://www.gov.pe.ca/af/agweb/associations)

### Northwest Territories Agricultural Products Marketing Council

Phone (867) 873-7383








Gouvernement  
du Canada

Government  
of Canada

# Conseil national des produits agricoles

A black and white photograph of a plant, possibly a grass or reed, with a large, dark, textured seed head in the foreground and thin, vertical stalks in the background. The lighting creates strong highlights and shadows, emphasizing the textures.

08

revue annuelle

Canada

Édifice Canada

10<sup>e</sup> étage

344, rue Slater

Ottawa (Ontario) K1R 7Y3

Téléphone : (613) 995-6752

Télécopieur : (613) 995-2097

Télécscripteur : (613) 943-3707

Site Web : <http://www.nfpc-cnpa.gc.ca>

Courriel : [NationalFarm.NFPCWEB@agr.gc.ca](mailto:NationalFarm.NFPCWEB@agr.gc.ca)

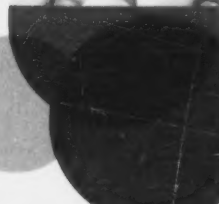
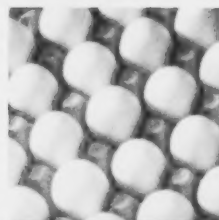
© Ministre des travaux publics et des Services gouvernementaux Canada, 2008

Numéro de catalogue A99-2/2008

ISBN: 978-0-662-05908-0

# Table des matières

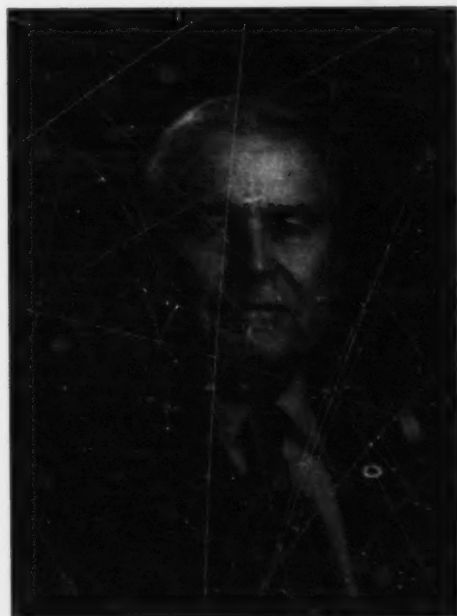
## Revue annuelle 2008



Message du président .....	2
Le Conseil .....	4
Cadre législatif .....	6
Membres .....	6
Personnel .....	7
Revue des activités du Conseil .....	8
Réunions .....	9
Nouvelle <i>Loi sur le lobbying</i> du gouvernement fédéral .....	9
Planification stratégique .....	9
Plaintes .....	9
Association nationale des régies agroalimentaires (ANRA) .....	9
<i>Loi sur la commercialisation des produits agricoles</i> (LCPA) .....	9
Initiatives en matière de communication .....	10
Affaires corporatives .....	11
État de l'industrie – Revue des opérations des offices nationales .....	12
Industrie ovocole .....	12
Industrie des œufs d'incubation de poulet à chair .....	14
Industrie du poulet .....	16
Industrie du dindon .....	18
Industrie du bœuf .....	20
Mission, mandat et autres responsabilités .....	22
Industrie et intervenants – Personnes-ressources .....	23
Régies provinciales – Personnes ressources .....	23

## Message du président

« *Se réinventer par la coopération et le leadership - notre engagement* »



J'ai passé une première année fascinante en tant que président du Conseil national des produits agricoles. Bien qu' impatient de relever les défis concernant l'industrie canadienne de la volaille et du bœuf et prêt à apporter ma contribution, j'ignorais où cela allait me mener et à quel point ce domaine de l'agriculture canadienne était complexe et intéressant.

L'année 2008 fut une année de transition. Le Conseil étant composé d'une équipe relativement nouvelle, nous avons organisé un bon nombre de séances d'orientation et d'activités d'apprentissage à l'intention des membres, pour qu'ils soient en mesure de contribuer pleinement à la prise de décisions éclairées et ce, dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, des producteurs aux consommateurs.

Le Conseil a accueilli un nouveau membre vers le milieu de 2008, soit M. John Griffin, président de W.P. Griffin Inc., une entreprise agricole familiale de Elmsdale (Île-du-Prince-Édouard) qui œuvre dans la culture de la pomme de terre, des céréales et du foin et qui possède des installations d'emballage et d'entreposage. M. Griffin fait également partie du conseil d'administration de la *PEI Federation of Agriculture*. Grâce à son expérience, il apporte une précieuse contribution à la table du Conseil.

Nous pouvons être fiers de nos réalisations en 2008 et de la façon dont nous avons répondu aux problèmes et aux défis. Nous avons continué de prendre des décisions éclairées et objectives dans le meilleur intérêt des producteurs, des transformateurs et des consommateurs, tout en améliorant certaines de nos initiatives de communication et en consolidant nos partenariats.

Je suis également très heureux que le conflit de longue date qui sévissait entre un producteur de dindons de l'Alberta et l'Office canadien de commercialisation du dindon soit finalement résolu. Le Conseil a bénéficié de la collaboration marquée des parties et de l'*Alberta Agricultural Products Marketing Council*. De plus, je suis encouragé par la participation des intervenants de l'industrie du poulet aux activités du comité de surveillance récemment mis sur pied et leur engagement à trouver des solutions novatrices à la situation actuelle.

L'an dernier, j'ai eu l'occasion de voyager et de discuter ouvertement avec des intervenants de partout au Canada, ainsi que de rencontrer de nombreuses personnes dévouées provenant des offices nationaux, des intervenants importants de l'industrie de même que mes homologues provinciaux. Je dois dire que je suis très privilégié de travailler avec des personnes si activement engagées dans leur industrie.

Depuis plus de trente ans, le Canada a beaucoup changé. Aujourd'hui, ses citoyens proviennent d'une diversité de pays beaucoup plus grande qu'avant. Nos grands centres urbains présentent un visage beaucoup plus multiculturel, et les consommateurs montrent un intérêt accru à l'égard des méthodes de production et de la salubrité des aliments. La structure de l'industrie change également. Les secteurs de la production, de la transformation et de la vente au détail sont davantage concentrés et que les activités sont de plus en plus intégrées.

L'année 2008 a été très productive pour le CNPA qui, en plus de vaquer à ses activités régulières, a dû renouveler ses priorités et établir ses orientations stratégiques pour les trois prochaines années de 2009 à 2012. Il s'agissait d'un exercice très important pour le CNPA, qui lui permettra d'être davantage proactif dans ses activités quotidiennes et de mieux réaliser son mandat, de répondre aux besoins de l'industrie et de veiller à ce que le système relève les défis actuels et à venir tout en fonctionnant dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, des producteurs aux consommateurs.

Pour nous aider à relever ce défi, nous avons mené un sondage à la grandeur du pays, afin de trouver des solutions qui nous permettront de mieux aider le secteur agroalimentaire à évoluer et à prospérer dans les années à venir. Dans le cadre de ce sondage,

nous avons interrogé les intervenants sur les réalisations et les priorités stratégiques antérieures du CNPA, les tendances et les questions futures ainsi que les critiques à l'endroit de la gestion de l'offre. Ils ont été également interrogés sur les orientations stratégiques et priorités futures du CNPA ainsi que sur les mesures que celui-ci devrait prendre.

De plus, un certain nombre de consultations et de réunions bilatérales ont eu lieu en été et en automne, donnant ainsi l'occasion aux intervenants, aux offices nationaux et aux régies provinciales de formuler des commentaires et des suggestions pour nous à aider élaborer nos objectifs stratégiques.

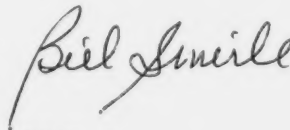
Le sondage national et les consultations qui se sont tenues dans l'ensemble du Canada ont permis de dégager deux messages clairs, soit qu'il faudrait améliorer les communications, la collaboration et la coordination et que le CNPA soit plus proactif et s'engage davantage auprès des offices nationaux pour mieux les aider à gérer le système.

La collaboration est au cœur du système mis en place au début des années 1970 par les producteurs agricoles et les gouvernements fédéral et provinciaux. Les leaders de demain doivent poursuivre, voire intensifier la collaboration, si l'on veut que le système et les industries puissent résoudre les problèmes actuels et bénéficier de la latitude nécessaire pour relever les défis à venir.

Le CNPA, qui s'efforce de mieux aider les offices nationaux et les intervenants de l'industrie, est prêt à se réinventer en misant sur la collaboration et le leadership. Pour y arriver, le CNPA compte sur votre engagement. Je suis convaincu qu'ensemble, nous réussirons à atteindre nos objectifs.

Je suis impatient de travailler avec vous tous au cours de la prochaine année et de réaliser notre engagement, c'est-à-dire renouveler notre leadership et renforcer la collaboration.

Mes sincères salutations.

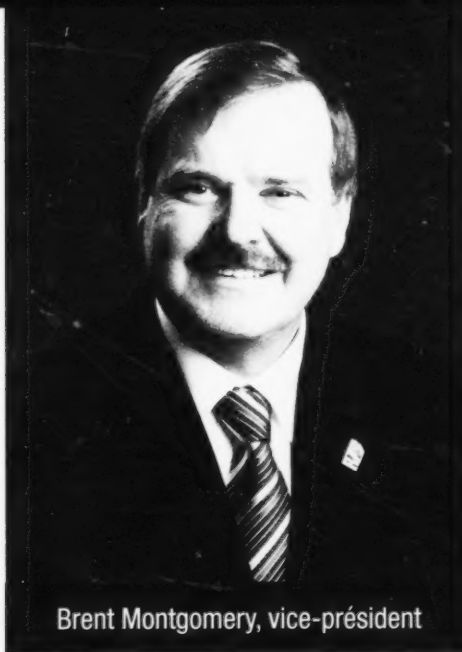


Bill Smirle  
Président

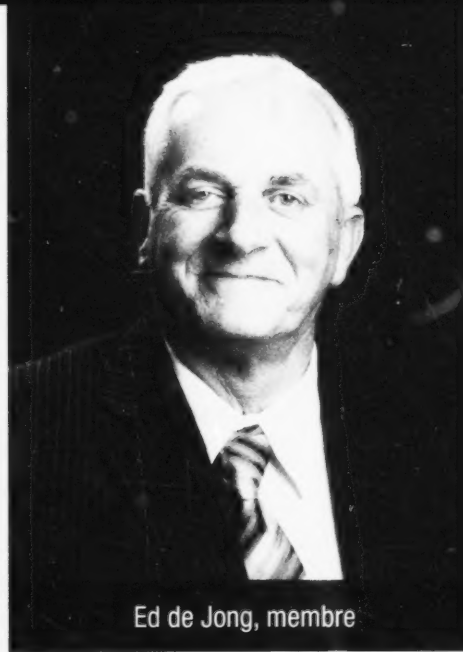




Bill Smirle, président



Brent Montgomery, vice-président



Ed de Jong, membre



Juliann Blaser Lindenbach, membre

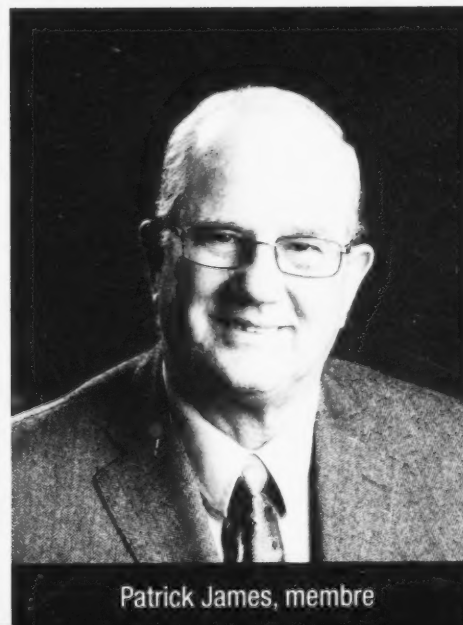
## Le Conseil



Marjorie Donnan, membre



Lise Bergeron, membre



Patrick James, membre



John Griffin, membre



Le Conseil national des produits agricoles (CNPA) a été établi en 1972 en vertu de la *Loi sur les offices de commercialisation des produits de ferme* (LOCPF). La Loi harmonise les pouvoirs de commercialisation des provinces et des territoires, qui sont restreints au commerce intraprovincial, à ceux du gouvernement fédéral, qui s'étendent au commerce interprovincial et international.

Cette loi permet la création d'offices nationaux de commercialisation; elle a été modifiée en 1993, par l'ajout principalement de la Partie III, qui permet aux producteurs d'établir des offices de promotion et de recherche. C'est ainsi qu'en 2002 le premier office de ce genre a vu le jour, soit l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie.

Le Conseil supervise actuellement les activités de quatre offices canadiens de commercialisation : les Producteurs d'œufs du Canada (POC), l'Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD), les Producteurs de poulet du Canada (PPC) et les Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC). Les offices gèrent l'offre canadienne de poulet, de dindon, d'œufs et d'œufs d'incubation de poulet à chair. Ils mettent en œuvre et administrent les plans de commercialisation et répartissent les contingents de production pour assurer un approvisionnement adéquat. Les offices de commercialisation tirent leurs revenus de la collecte de redevances à payer sur les produits vendus.

Le CNPA supervise les offices pour s'assurer que leurs activités sont conformes aux objectifs énoncés dans la Loi et veille à ce qu'ils tiennent compte, dans le cadre de leurs activités, des intérêts à la fois des consommateurs et des producteurs. Pour ce faire, le CNPA

approuve les règlements fixant les contingents, les ordonnances sur les redevances à payer et les règlements sur l'octroi des permis, et passe en revue les plans d'affaires et les politiques annuelles des offices. Le Conseil collabore également avec les gouvernements provinciaux ayant un intérêt dans l'établissement et l'exercice des pouvoirs des offices nationaux de même qu'il informe le Ministre et lui donne des conseils sur des sujets touchant la création et le fonctionnement des offices nationaux.

## Soutien aux agriculteurs

Le Conseil appuie les producteurs en supervisant l'établissement et l'orientation des offices nationaux ainsi que le processus décisionnel de ces derniers, c'est-à-dire :

- » Il approuve les contingents et les redevances à payer;
- » Il entend et règle les plaintes ainsi que les appels portant sur les décisions rendues par les offices;
- » Il formule des recommandations sur les activités des offices;
- » Il présente au Ministre des rapports sur les défis, les contraintes et les débouchés pour le secteur agricole.

## À l'affût des consommateurs

Le Conseil travaille de concert avec les quatre offices pour faire en sorte que les consommateurs :

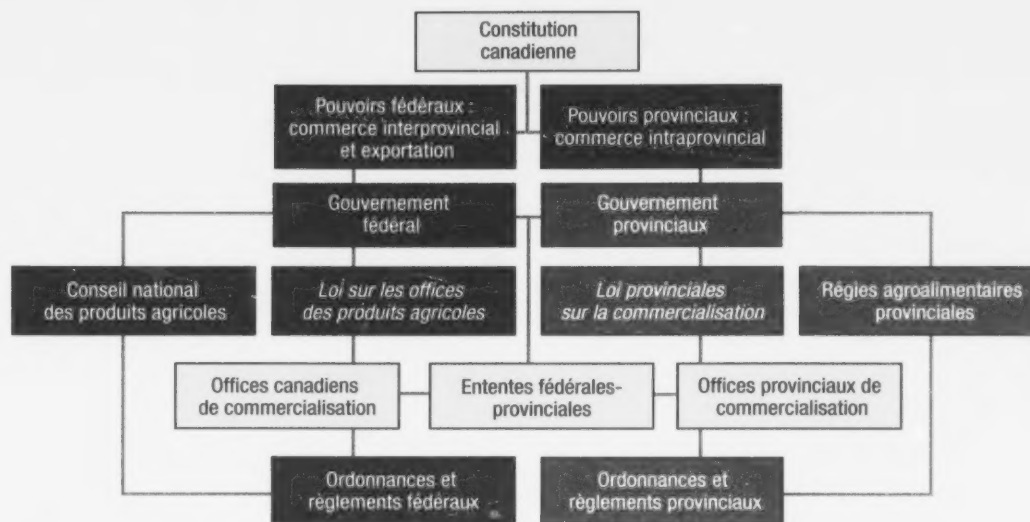
- » Aient accès à un approvisionnement régional stable, à prix raisonnable, de poulets, de dindons et d'œufs;
- » Soient desservis par une industrie responsable qui conçoit des solutions adéquates pour répondre aux défis constants comme l'influenza aviaire.

## Réaliser son mandat à l'aide de partenariats

Le Conseil travaille en collaboration avec tous les gouvernements provinciaux et les intervenants dans le but de diffuser de l'information et de donner des conseils sur les politiques et les programmes qui permettent de préserver l'intégrité de notre système alimentaire, de résoudre les plaintes, d'encourager l'innovation et de soutenir la croissance et la prospérité dans les collectivités rurales et urbaines de l'ensemble du pays.

## Promotion et recherche dans l'industrie du bœuf

Le Conseil supervise en outre les activités de l'Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie. Cet office a pour but de promouvoir la commercialisation du bœuf par des programmes de publicité, de promotion, d'éducation des consommateurs, de recherche nutritionnelle ou de recherche sur les produits. Il réalise son plan de promotion et de recherche grâce aux fonds qu'il perçoit sous forme de redevances (prélèvements).



## Cadre législatif

Selon la Constitution du Canada, l'agriculture est divisée en deux compétences : la compétence fédérale, dont relève la commercialisation sur le marché interprovincial et le marché d'exportation, et la compétence provinciale, dont relève la commercialisation intraprovinciale.

La structure juridique fédérale-provinciale-territoriale est illustrée dans la figure suivante.

## Membres

Les membres sont nommés au Conseil par le gouverneur en conseil. Ils proviennent de différentes sphères de l'industrie agroalimentaire canadienne. Au moins la moitié des membres du Conseil doivent être ou devraient être des producteurs primaires au moment de leur nomination. Les individus suivants étaient des membres en 2008 :

### Bill Smirle, président (2008-2010)

Bill Smirle réside à Morewood, en Ontario, où il est associé dans l'exploitation laitière de sa famille. M. Smirle a travaillé pendant 37 ans dans le milieu de l'éducation, dont 21 comme directeur auprès du Conseil scolaire d'Ottawa. Il a fait partie du conseil d'administration de la Chesterville and District Agricultural Society en 2007. En outre, il a participé activement à la vie politique municipale à titre d'adjoint au maire de North Dundas (de 2003 à 2006) et de conseiller municipal des comtés unis de Stormont, Dundas et Glengarry (de 2003 à 2006). Entre autres rôles au sein de la collectivité, M. Smirle est membre exécutif de la Chambre de commerce de North Dundas et a été président du conseil d'administration du Winchester District Memorial Hospital de 2003 à 2006.

### Brent Montgomery, vice-président (2007-2011)

Brent Montgomery exploite une ferme de dindon en partenariat avec son frère à Saint-Gabriel-de-Valcartier, au Québec. Il a occupé plusieurs postes dans le

domaine de l'agriculture, notamment celui de président de l'Office canadien de commercialisation du dindon de 2003 à 2007. Il est copropriétaire d'un couvoir de dindons à Loretteville, au Québec. Ancien enseignant et directeur d'école, Brent est également maire de la municipalité de Saint-Gabriel-de-Valcartier depuis 1988.

### Ed de Jong, membre (2007-2010)

Ed de Jong exploite une entreprise d'élevage de volailles de chair et de vaches laitières à Abbotsford, en Colombie-Britannique. Ed a occupé de nombreux postes associés à l'agriculture, dont ceux de délégué auprès de la *B.C. Federation of Agriculture*, de directeur de l'Association canadienne des producteurs d'œufs d'incubation et de président de l'Office canadien de commercialisation des œufs d'incubation de poulet à chair.

### Juliann Blaser Lindenbach, membre (2008-2009)

Juliann Blaser Lindenbach est associée active, avec son mari, dans une exploitation de vaches laitières de race Holstein. Juliann joue un rôle très actif dans le système d'éducation en Saskatchewan. Elle est entrée sur le marché du travail comme infirmière autorisée et continue à pratiquer à temps partiel sa profession de spécialiste en soins ambulatoires.

### Marjorie Donnan, membre (2008-2010)

Marjorie Donnan est actionnaire et trésorière de la ferme laitière familiale située à Stirling, en Ontario, une exploitation de 700 vaches laitières de race Holstein. L'entreprise construit actuellement un digesteur anaérobie pour la production d'électricité. Mme Donnan a travaillé pendant plusieurs années au ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Ontario, où elle s'occupait de la tenue de livres comptables pour les agriculteurs. Elle a siégé à la Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario pour deux mandats de trois ans, de 1996 à 2002.

### Lise Bergeron, membre (2008-2011)

Lise Bergeron habite à Montréal, au Québec. Elle a une vaste expérience de la gestion de la commercialisation de produits agricoles au Québec et à l'échelle nationale. Mme Bergeron a été membre de la Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec de 1996 à 1999 puis elle a occupé le poste de vice-présidente de l'organisation de 1999 à 2007. De 1986 à 1991, elle a été vice-présidente du Conseil national des produits agricoles. De plus, Mme Bergeron a également été membre du Tribunal canadien du commerce extérieur de 1991 à 1995. Elle a aussi travaillé pour la Fédération des producteurs de porcs du Québec et la Coopérative fédérée du Québec.

### Patrick James, membre (2008-2010)

Patrick James est un éleveur de bovins de boucherie de Olds, en Alberta. Patrick est un exploitant agricole dévoué, fort expérimenté dans les questions rurales albertaines. Il participe aux activités de nombreux conseils, organismes et comités dans sa communauté. Diplômé du Collège de Olds, dont il détient un certificat en agriculture, M. James possède de l'expérience dans la négociation, la médiation des différends et l'art oratoire.

### John Griffin, membre (2008-2012)

M. John Griffin est président, depuis 2000, de W.P. Griffin Inc., une entreprise agricole familiale de Elmsdale (Île-du-Prince-Édouard). L'entreprise œuvre dans deux domaines d'activités, soit la division agricole, qui se consacre à la culture de la pomme de terre, des céréales et du foin, et la division du conditionnement des pommes de terre, qui se spécialise dans les produits destinés aux services alimentaires, les emballages pour la vente au détail et les pommes de terre prêtes-à-servir pour le barbecue et le four micro-ondes. M. Griffin est également membre du conseil d'administration du Congrès mondial de la pomme de terre.



## Personnel

### Bureau du président

<b>Bill Smirle</b>	Président
<b>Claude Janelle</b>	Directeur exécutif
<b>Lisette Wathier</b>	Adjointe exécutive

### Affaires réglementaires, Secrétariat et greffe du Conseil

<b>Carola McWade</b>	Directrice, Affaires réglementaires, secrétaire et greffière du Conseil
<b>Chantal Lafontaine</b>	Agente, Communications
<b>Pierre Bigras</b>	Agent, Affaires réglementaires
<b>Nancy Fournier</b>	Agente, Affaires réglementaires

### Politiques et opérations de programme

<b>Christine Kwasse</b>	Directrice, Politiques et opérations de programme
<b>Reg Milne</b>	Conseiller principal
<b>Clément Côté</b>	Conseiller principal
<b>Bob Botsford</b>	Conseiller principal
<b>Hélène Devost</b>	Analyste
<b>Marcel Huot</b>	Analyste
<b>Mohamed Hassan (absent)</b>	Agent des statistiques

### Services d'affaires intégrés

<b>Marc Chamaillard</b>	Directeur, Services d'affaires intégrés
<b>Lise Leduc</b>	Chef d'équipe, Services d'affaires intégrés
<b>Mélanie Amyotte</b>	Adjointe administrative
<b>Ginette Hurtubise</b>	Adjointe administrative
<b>Natalie Weese</b>	Adjointe administrative

# Revue des affaires du Conseil

## Réunions

L'année 2008 a été très chargée avec son lot habituel de réunions. Le Conseil a tenu cinq réunions faces à face et deux par des téléconférences. Toutes les réunions se sont tenues à Ottawa, à l'exception d'une seule, qui a eu lieu à Vancouver (Colombie-Britannique), en marge de la conférence du Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV) qui a eu lieu en juin. Les membres en ont profité pour rencontrer les représentants des diverses industries et pour visiter un établissement de surtransformation, un poste de classement des œufs, une exploitation d'œufs d'incubation. Ils ont aussi pu rencontrer les représentants du *British Columbia Farm Industry Review Board* (BCFIRB).

Les membres du Conseil et le personnel du CNPA ont participé à toutes les réunions des offices et ont fait le compte rendu de ces réunions au Conseil, en plus de participer aux assemblées générales annuelles des offices de commercialisation provinciaux.

En outre, au cours de l'été, les membres et le personnel du Conseil ont eu l'occasion de participer aux réunions annuelles des offices nationales. Dans le cadre de certaines de ces visites, le président a profité de l'occasion pour rencontrer les représentants de plusieurs régies provinciales. Ainsi, le président a eu l'occasion de rencontrer ses homologues provinciaux et de discuter des préoccupations des provinces tout en explorant de nouvelles façons d'améliorer la collaboration.

Le Conseil est fier d'assumer un rôle de chef de file pour faciliter le partage d'information et la réflexion novatrice au sein des offices et dans l'ensemble de l'industrie.

## Nouvelle Loi sur le lobbying du gouvernement fédéral

La *Loi sur le lobbying*, entrée en vigueur en juillet 2008, établit de nouvelles règles de responsabilisation et de transparence pour les lobbyistes. Contrairement à l'ancienne *Loi sur l'enregistrement des lobbyistes*, la Loi sur le lobbying impose également de nouvelles obligations aux clients des lobbyistes et à certains titulaires de charge publique. Afin d'aider les offices à mieux comprendre certains des changements, le CNPA a organisé une séance d'information au début de septembre, en collaboration avec le Commissariat au lobbying du Canada.

Parmi les principales modifications entraînées par l'entrée en vigueur de la Loi, mentionnons la nomination d'un commissaire au lobbying, la mise en place du concept de titulaires de charge publique désignée (TCPD), la divulgation mensuelle par les lobbyistes de certains détails de leurs activités de lobbying, une interdiction pour les TCPD de faire du lobbying auprès du gouvernement du Canada pendant une période de cinq ans après qu'ils ont quitté leur poste, l'interdiction de verser des honoraires conditionnels et d'autres contreparties liées aux résultats des activités des lobbyistes-conseils, en plus d'un certain nombre de modifications du processus d'enregistrement.

## Planification stratégique

Afin de mieux remplir son mandat et de répondre davantage aux besoins de l'industrie, le Conseil national des produits agricoles (CNPA) a sollicité la collaboration des intervenants de l'industrie pour l'aider à établir ses priorités stratégiques pour les trois prochaines années en menant un sondage dans l'ensemble de l'industrie et en organisant une séance de planification stratégique de deux jours à l'intention des membres du Conseil.

En septembre 2008, un sondage a été envoyé à 48 intervenants de l'industrie, notamment aux anciens membres et aux membres actuels du Conseil, aux offices de commercialisation, de promotion et de recherche, aux associations représentant les intervenants en aval, aux membres de l'Association nationale des régies agroalimentaires (ANRA), au personnel du CNPA et aux membres du portefeuille de l'Agriculture et de l'Agroalimentaire. Quatre sujets ont été abordés : une évaluation des résultats du CNPA dans le cadre de ses priorités stratégiques de 2006 à 2009, les tendances et les questions émergentes dans les domaines de l'agriculture et de la gestion de l'offre, les critiques à l'endroit de la gestion de l'offre et enfin, les orientations et les priorités stratégiques ainsi que les mesures que devrait prendre le CNPA.

À partir des résultats de l'enquête et des discussions des membres du Conseil, un plan stratégique préliminaire a été élaboré et des consultations additionnelles pour valider les orientations établies ont été effectuées. Le plan stratégique 2009-2012 du CNPA sera présenté lors des assemblées générales annuelles des offices nationaux prévues pour la dernière semaine de mars 2009.



## Plaintes

Le Conseil ne tient plus automatiquement d'audiences pour entendre les plaintes des intervenants. Souvent, il offre une participation sur une base volontaire à un processus substitutif de règlement des différends. Le Conseil ne convoque des audiences en la matière que si le sujet se qualifie en vertu de l'article 8 de la *Loi sur les offices des produits agricoles*.

Le Conseil a reçu cinq plaintes en 2008. Trois de ces plaintes portaient sur l'établissement des contingents pour la commercialisation du poulet. La première, qui a été déposée par le Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV), concernait la période A-87. La deuxième, déposée par le CCTOV, l'Association canadienne des transformateurs de volaille (ACTV) et l'Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires (ACRSA), portait sur la période A-89. Enfin, la troisième, qui a été déposée par le CCTOV et l'ACTV, touchait la période A-90. Les deux autres plaintes concernaient les Producteurs d'œufs du Canada (POC). La première a été déposée par un ancien transformateur d'œufs de l'Alberta qui se plaignait de disparités dans les décisions relatives à l'établissement du prix des œufs transformés et la seconde a été déposée par les signataires de la Saskatchewan protestant contre la décision des POC relative à l'établissement des contingents pour 2009.

À l'automne 2008, le CNPA a tenu une réunion conjointe spéciale concernant la plainte déposée par le CCTOV contre la décision des PPC relative à l'établissement des contingents pour la période A-87. Lors de cette réunion, le personnel du CNPA a présenté les résultats de son enquête préliminaire et

les participants ont pu prendre part à une discussion sur les résultats et parler des prochaines étapes et des échéances.

Les participants se sont entendus sur la mise en place d'un comité de surveillance, chargé principalement de veiller à ce que des mesures coordonnées visant à améliorer le processus des PPC pour l'établissement des contingents soient élaborées et mises en application.

Le nouveau comité de surveillance s'est réuni pour la première fois en décembre pour discuter, entre autres, de son mandat. Puisque la plainte concernant la période A-89 est semblable à celle qui a été déposée concernant la période A-87, le CNPA utilisera le même processus et adopter la même approche qu'à cette occasion.

## Association nationale des régies agroalimentaires (ANRA)

Le Conseil fait partie de l'Association nationale des régies agroalimentaires (ANRA). Il s'agit d'un groupe intergouvernemental fédéral-provincial facilitant l'échange d'idées et de renseignements sur les enjeux communs.

L'ANRA est formée de représentants du CNPA, de la Commission canadienne du lait et des régies agroalimentaires de chaque province et territoire. Les régies provinciales supervisent les activités des offices de commercialisation provinciaux.

En plus d'un certain nombre de téléconférences, l'ANRA a tenu deux rencontres, l'une à Ottawa et l'autre à Québec. Au cours de ces réunions, le Conseil a déposé des rapports portant sur ses propres décisions et activités. Des représentants des Producteurs



de poulet du Canada ont présenté un exposé sur leur plan stratégique et ont répondu aux questions des participants. On a également présenté des mises à jour sur les négociations à l'OMC et discuté des principes de gouvernance et de la contribution de l'ANRA.

## Loi sur la commercialisation des produits agricoles (LCPA)

La LCPA permet au gouverneur en conseil de déléguer par décret, aux offices de commercialisation provinciaux, les pouvoirs qui leur permettent de réglementer la commercialisation des produits agricoles du commerce interprovincial et à l'exportation. Elle donne aussi l'autorisation aux offices provinciaux de prélever et d'utiliser des redevances.

Le CNPA est responsable de l'administration quotidienne de la LCPA et d'aider les offices à travers le processus d'obtention d'une délégation. Un office provincial de commercialisation doit demander au gouvernement fédéral de lui déléguer ses pouvoirs en vertu de la *Loi sur la commercialisation des produits agricoles* (LCPA). Le CNPA conseille ensuite le groupe concernant la présentation d'une demande et le dirige tout au long du processus subséquent d'évaluation et de prise de décision. Si la demande



est approuvée, le gouverneur en conseil octroie officiellement l'autorisation au groupe visé puis décrit les pouvoirs et les restrictions dans un décret de délégation pris en vertu de la LCPA.

En mars, des membres du personnel du Conseil et d'AAC ont comparu devant le Comité mixte permanent d'examen de la réglementation, qui est chargé d'étudier et de contrôler la réglementation et les textes réglementaires élaborés par le gouvernement en se penchant sur l'aspect légal et procédural des mesures législatives. La comparution avait pour but de répondre aux questions concernant l'ordonnance sur les redevances à payer de la *B.C. Vegetable Marketing Commission*.

Au cours de l'année, le CNPA a mis au point une directive pour aider les offices provinciaux à travers le processus administratif lors d'une nouvelle demande d'ordonnance de délégation de pouvoirs et d'une modification aux ordonnances et aux règlements existants. La directive a été distribuée à tous les intervenants concernés par la LCPA. Elle décrit en détail les conditions nécessaires pour obtenir une ordonnance de délégation de pouvoirs aux termes de la LCPA et explique précisément le processus administratif ainsi que les droits et les responsabilités de chacun. Enfin, la directive décrit aussi le processus nécessaire pour la promulgation et la modification des ordonnances de délégation de pouvoirs ainsi que des ordonnances et des règlements auxiliaires.

## Initiatives en matière de communication

En 2008, le personnel du Conseil a préparé une gamme de produits et de projets de communication visant à tenir informés les membres, le personnel et les partenaires du Conseil ainsi que les intervenants de l'industrie.

### Bulletin Focus

Le bulletin Focus, qui présente un bloc générique redessiné, continue d'offrir aux lecteurs les plus récentes nouvelles. Ce bulletin d'information se penche principalement sur les affaires et les décisions du Conseil et offre des nouvelles de premier plan sur le portefeuille, le Ministère, l'industrie et la scène internationale. Il présente également le calendrier des activités.

Sept numéros ont été publiés en 2008. Le bulletin est disponible en version électronique (format PDF) par courriel ou on peut le consulter en format HTML et PDF sur le site Web du CNPA.



## Nouveau site Web amélioré

Le CNPA a présenté son nouveau site Web amélioré à tous les intervenants, à ses partenaires d'affaires et à ses divers homologues à la fin de décembre 2008.

Ce site Web novateur et convivial a été conçu avec la collaboration et le soutien d'Agriculture et Agroalimentaire Canada et du personnel du CNPA, ainsi qu'avec l'expertise du concepteur de site Web Antoni Gendron, de la firme 123Xplore. En 2008, le CNPA a continué de recevoir de ses utilisateurs des commentaires constructifs qui ont été très utiles au développement du nouveau site Web.



## Recueil de données

Le CNPA a publié sa septième édition du recueil de données sur l'Industrie de la volaille et des œufs. Ce précieux guide de référence intégré fournit des données statistiques sur le secteur de la volaille et des œufs.

Le guide a été préparé en collaboration avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, d'autres ministères, les

quatre offices de commercialisation de la volaille et des œufs ainsi que des associations de l'industrie.

La liste de distribution du recueil a augmenté au fil des ans. Il est considéré comme un outil très pratique pour l'industrie de la volaille et des œufs, les ministères, le milieu universitaire et d'autres intervenants.

## Affaires corporatives

L'une des principales activités corporatives du CNPA en 2008 s'est effectuée dans le cadre du renouvellement de la fonction publique. Il s'agit de l'une des priorités clés du gouvernement dans le contexte du vieillissement de la main-d'œuvre, en particulier au niveau des cadres supérieurs.

Le CNPA de même que l'ensemble des institutions du gouvernement sont touchés par les conditions du marché de l'emploi qui sont les plus concurrentielles qui soient depuis les 35 dernières années, et qui nécessitent entre autres un effectif axé sur le savoir.

Au cours de la dernière année, le CNPA a continué de participer à des activités corporatives de perfectionnement continu de sorte à favoriser un effectif fort et représentatif en mettant l'accent sur des stratégies de perfectionnement, d'apprentissage et de rétention du personnel. Ces stratégies ont porté notamment sur l'élaboration d'ententes de rendement et de plans d'apprentissage pour tous les employés du CNPA. De plus, il s'est penché sur la mise au point d'un modèle logique couvrant le spectre complet de ses activités opérationnelles et de ses responsabilités.

De plus, il est important de noter que le CNPA est demeuré un intervenant corporatif actif en continuant de remplir efficacement ses responsabilités administratives auprès de plusieurs partenaires d'affaires, comme Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) et d'autres organismes centraux du gouvernement. Il a maintenu des relations étroites avec le Ministère concernant plusieurs initiatives organisationnelles, comme l'architecture des activités de programme et d'autres activités de planification des activités ministérielles faisant actuellement l'objet d'un examen. Il continue aussi de collaborer régulièrement avec les Services financiers d'AAC en ce qui concerne le budget

et les mesures de restriction ainsi qu'avec la Direction générale des ressources humaines pour ce qui est des besoins principaux en matière de dotation et de classification.

La Commission de la fonction publique demeure aussi un proche partenaire de premier plan dans le cadre du Rapport ministériel sur l'obligation de rendre compte en dotation. Enfin, le CNPA a continué de participer de près aux activités de nombreux comités de réseaux intégrés de petits et de très petits organismes, en plus de continuer à jouer un rôle de chef de file en matière de promotion des intérêts du CNPA et de tous les intervenants.



## État de l'industrie – Revue des opérations des offices nationales

### Industrie ovocole



#### Survол en 2008

Les principaux indicateurs des marchés ont montré qu'en 2008, l'industrie ovocole canadienne a été presque aussi vigoureuse que celle des États-Unis. Les données préliminaires fournies par les Producteurs d'œufs du Canada (autrefois l'Office canadien de commercialisation des œufs) montrent que le volume de production d'œufs en 2008 a été 1,0 p. 100 plus élevé que celui de 2007. Selon les données de la firme d'analyse Nielsen, les ventes au détail des œufs en coquille ont augmenté pour une deuxième année consécutive. Les données préliminaires annuelles de Nielsen pour 2008 laissent entendre que la consommation totale d'œufs en coquille aurait augmenté de 4,0 p. 100 par rapport à 2007.

À l'échelle nationale, le secteur canadien de la transformation des œufs continue de croître. Les ventes au détail d'œufs liquides et de produits d'œufs ont augmenté de 1,0 p. 100, alors que les ventes au détail des œufs de spécialité (oméga 3, élevages biologiques, élevages en liberté) ont augmenté de 9,0 p. 100 par rapport à 2007.

Outre un petit volume supplémentaire de 1,1 million douzaines d'œufs de table importés à la fin de l'an 2008, la production intérieure d'œufs et les importations régulières d'œufs de table réalisées en vertu des obligations du Canada en matière de commerce ont été plus que suffisantes pour répondre aux besoins du marché de consommation en 2008. Les volumes de produits industriels (volumes d'œufs excédentaires sur le marché de la consommation) ont diminué d'environ 4,9 p. 100 par rapport à l'an dernier.

#### Producteurs d'œufs du Canada (POC)

En août 2008, l'Office canadien de commercialisation des œufs a entrepris une métamorphose organisationnelle, d'abord en adoptant un nouveau nom, les « Producteurs d'œufs du Canada », puis en adoptant un nouveau logo et une nouvelle signature, « Dédiés à la qualité ». Ces changements ont été apportés à la suite à une étude de marché exhaustive menée par les POC afin de mieux traduire l'opinion des consommateurs à l'égard de l'organisation.

La situation financière des POC s'est améliorée en 2008, essentiellement en raison des prix élevés aux États-Unis, d'un volume de produits industriels plus faibles et de l'augmentation du prix de vente aux transformateurs d'œufs (prix basé sur le prix des œufs de casserie aux États-Unis). Les prélèvements qui avaient été fixés à 0,2825 \$ la douzaine au début de l'année, ont été réduits de 0,02 \$ la douzaine à deux reprises durant l'année, une première fois en mai et une seconde fois en octobre.

En 2008, les POC ont poursuivi leurs travaux sur plusieurs enjeux importants qui touchent l'industrie ovocole au Canada, comme les questions portant sur la plainte déposée par les signataires de la Saskatchewan relativement à l'établissement des contingents, la méthodologie d'enquête sur les coûts de production, l'Équipe responsable de l'approvisionnement national d'œufs (EANO), les questions de salubrité des aliments et le bien-être des animaux et les négociations en cours à l'Organisation mondiale du commerce. L'EANO vise à mettre au point un système de production plus efficace et mieux adapté au marché.

Dans le domaine de la salubrité des aliments, les POC ont travaillé de concert avec l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) au programme de surveillance de l'influenza aviaire. Les POC ont également travaillé en collaboration avec les offices provinciaux de commercialisation des œufs à l'élaboration d'un programme d'assurance pour les secteurs de l'industrie des œufs de consommation (élevage, poulettes et pondeuses) par le truchement de la *Poultry Insurance Exchange Reciprocal of Canada* (Bourse d'assurances réciproque de la volaille du Canada). L'une des caractéristiques de ce programme d'assurance est l'obligation pour les producteurs qui veulent recevoir les prestations de ce programme de participer également au programme de salubrité des aliments à la ferme mis au point par l'industrie.

### Aperçu pour 2009

Pour 2009, les POC prévoient une croissance de 1 p. 100 de la demande d'œufs en coquille pour le marché de consommation, une baisse importante du prix des œufs de casserie aux États-Unis et une légère diminution du prix à la production au Canada. L'augmentation de la demande d'œufs en coquille pour le marché de consommation correspond à l'augmentation de la population canadienne prévue par Statistique Canada.

La baisse des prix aux États-Unis est attribuable à la situation de l'offre et de la demande. On s'attend à une baisse du prix reçu par les producteurs canadiens, qui est calculé à partir de la formule d'établissement du coût de production, en raison de la

diminution du prix des aliments du bétail. Les POC s'attendent aussi à une légère augmentation de la production en 2009, en raison principalement d'une meilleure gestion des troupeaux et d'une amélioration de la productivité des pondeuses.

### Défis et opportunités

Au cours des dernières années, le Conseil s'est montré préoccupé par l'augmentation du coût du Programme des produits industriels (PPI). Le Conseil a demandé aux POC d'examiner la question des problèmes structurels liés à la capacité financière et à la viabilité du Programme, qui a connu des contraintes financières importantes au cours des dernières années, et d'élaborer un plan exhaustif pour régler ce problème. Le PPI a été établi au cours des années 1970 dans le but d'éliminer les œufs excédentaires du marché de consommation en les redistribuant sur les marchés de la transformation et des produits pharmaceutiques. L'augmentation importante du volume d'œufs excédentaires au fil des ans jumelée aux répercussions financières, en particulier lorsque les prix américains sont faibles, est devenue un problème structural pour les POC.

De concert avec les POC, le Conseil s'efforce de répondre aux questions liées aux taux de rémunération et d'avantages sociaux de la main-d'œuvre ainsi qu'au rendement du capital, qui sont utilisées par l'Office pour établir les coûts de production. Parmi les autres défis que les POC devront relever, mentionnons la reconduction de l'Accord fédéral-provincial (AFP) et le problème récurrent qu'ont les signataires de la Saskatchewan de l'AFP sur les œufs avec la méthode



utilisée par les POC pour établir l'allocation en sus de la base.

On s'attend à ce que les pourparlers sur l'agriculture reprennent à l'OMC en 2009. Ces discussions préoccupent les secteurs assujettis à la gestion de l'offre au Canada, car elles pourraient aboutir à une augmentation de l'accès aux marchés canadiens et à une diminution des tarifs.



## Industrie des œufs d'incubation de poulet à chair

### Survol en 2008

On estime que la production d'œufs d'incubation a augmenté de 1,1 p. 100 en 2008 par rapport à 2007. Il y a eut un ralentissement du marché du poulet en 2008 ce qui, en plus de l'augmentation de la production intérieure d'œufs d'incubation de poulet à chair, a fait en sorte que les couvoirs ont importé 3,1 p. 100 moins de poussins et d'œufs d'incubation de poulet à chair qu'en 2007.

En 2008, le prix des œufs d'incubation de poulet à chair a augmenté de 0,0175 \$ par poussin pouvant être vendu en Colombie-Britannique, de 0,0460 \$ au Manitoba et de 0,0301 \$ en Ontario et au Québec. Ces augmentations se sont reflétées sur le prix auquel les couvoirs ont vendu des poussins aux producteurs de poulet.

En 2008, les importations d'œufs d'incubation de poulet à chair et de poulets ont atteint, en équivalent d'œufs, 142,8 millions d'œufs, soit 1,5 p. 100 de moins que le contingent tarifaire total de 144,9 millions d'œufs.

### Producteurs d'œufs d'incubation du Canada (POIC)

La Saskatchewan et l'Alberta ont signé une entente de service (en mars et en novembre, respectivement), qui permet à ces provinces d'être représentées aux réunions des administrateurs des POIC et de participer à toutes les discussions. L'entente avec l'Alberta entre en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2009.

Les POIC ont continué de travailler à la rédaction d'un accord fédéral-provincial (AFP), qui sera distribué aux signataires aux fins d'examen et d'approbation. Les conseils d'administration de l'Alberta et de la Saskatchewan ont tous les deux indiqué leur intention de signer l'AFP révisé.

Les POIC ont continué d'appuyer les démarches d'un producteur de la Saskatchewan qui tente de renverser la décision du gouvernement concernant les indemnités versées par l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA). Selon les POIC, le producteur a reçu environ la moitié de la juste valeur marchande des





oiseaux qui ont été abattus en raison d'une éclosion d'influenza aviaire en 2007. Entre temps, les POIC ont travaillé conjointement avec Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) pour évaluer la façon dont les nouveaux programmes de gestion des risques de l'entreprise, comme Agri-stabilité et Agri-relance, pourrait aider les producteurs aux prises avec l'abattage de la totalité de leurs troupeaux en raison de la maladie.

Les POIC ont aussi élaboré des procédures opérationnelles standard qui fourniront aux producteurs d'œufs d'incubation des directives étape par étape pour le nettoyage et la désinfection de leurs installations, y compris les poulaillers abritant les poulettes et les pondeuses. Une fois terminées, ces procédures seront transmises à l'ACIA aux fins d'approbation.

### Aperçu pour 2009

La production de poulet devrait demeurer constante en 2009, au niveau de 2008. Par conséquent, les producteurs d'œufs d'incubation de poulet à chair s'attendent à une année difficile. Les répercussions découlant de la stagnation des volumes de production en 2009 devraient par contre être atténuées par une baisse des coûts liés aux aliments du bétail par rapport à 2008.

### Défis et opportunités

Les POIC poursuivent leurs démarches auprès de certaines provinces pour augmenter le nombre de ses



membres. La signature des ententes de services par les offices de l'Alberta et de la Saskatchewan ainsi que l'intention qu'ils ont manifestée de signer l'AFP révisé, augurent bien pour le renforcement de l'office national et la stabilité accrue des producteurs.

L'obtention d'indemnités appropriées en cas d'éclosions imprévues de maladies demeure l'objectif principal des POIC. Par ailleurs, les pourparlers de l'Organisation mondiale du commerce sur l'agriculture, qui devraient reprendre en 2009, demeurent un sujet de préoccupation.



## Industrie du poulet



### Survол en 2008

L'industrie canadienne du poulet est demeurée relativement vigoureuse en 2008, comparativement à l'industrie américaine. En 2008, la production de poulets a augmenté d'environ 1,3 p. 100 par rapport à 2007, atteignant ainsi le plus haut niveau de production de son histoire. La production consacrée à l'expansion des marchés a augmenté de 11 p. 100 comparativement à 2007. Malgré le fait que le poulet demeure un produit coûteux par rapport aux viandes concurrentielles au chapitre de la vente au détail, sa consommation a augmenté d'environ 1,6 p. 100 en 2008, par rapport à 2007.

Le prix moyen des producteurs canadiens pour le poulet vivant en 2008 a été de 1,43 \$ le kilo, soit 0,15 \$ de plus que les prix de 2007. Le marché canadien de la viande brune a été particulièrement fort, avec des prix de gros atteignant des niveaux record en fin d'exercice, comparativement au marché de la viande blanche, qui a été plus faible. Les données recueillies par la firme EMI pour le compte des Producteurs de poulet du Canada indiquent que la moyenne composée des prix du marché en gros ainsi que les prix de gros du complexe poitrine ont fléchi de 0,13 \$ et de 0,64 \$ respectivement par rapport aux prix de 2007.

Le poulet et les importations de produits de poulet surtransformés ont tous augmenté de 1 p. 100 comparativement à 2007. Alors que les importations supplémentaires, sont demeurées inchangées par rapport à l'année précédente, les importations de poulets effectuées dans le cadre du Programme d'importation aux fins de réexportation (PIR) ont continué d'augmenter, atteignant 82,4 Mkg, soit

près de 8 Mkg de plus qu'en 2007, selon des données du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

### Les Producteurs de poulet du Canada (PPC)

En 2008, les PPC ont finalisé leur plan stratégique 2009-2013, qui s'articule autour d'une vision, « une industrie canadienne du poulet qui répond aux attentes des consommateurs en leur offrant du poulet produit à l'échelle domestique », et de sa mission, « créer une industrie canadienne du poulet solide, concurrentielle et axée sur le consommateur, en mesure de relever les défis d'un monde en constante évolution et d'accroître sa viabilité en devenant l'une des principales sources de protéines alimentaires au Canada ». Le plan comporte cinq résultats clés : rendement du système; gestion des risques à l'échelle de l'industrie, attentes des consommateurs, expansion des marchés et capacité organisationnelle.

En août 2008, les offices provinciaux de commercialisation du poulet ont signé une entente en vertu de laquelle ils s'engagent à mettre en œuvre et à poursuivre un programme national de salubrité des aliments à la ferme intitulé « **Votre propre poulet** ». L'entente définit les rôles et les responsabilités ainsi que les pouvoirs respectifs des offices provinciaux de commercialisation du poulet et des Producteurs de poulet du Canada tout en réitérant l'engagement du Canada d'offrir du poulet de grande qualité aux consommateurs.

En 2008, les PPC ont consacré du temps et des ressources à l'amélioration du processus d'établissement des contingents, qui a fait l'objet de critiques répétées

par les intervenants en aval, en particulier par l'Association canadienne des transformateurs d'œufs et de volailles (CCTOV). Un comité de surveillance dirigé par le président du Conseil national des produits agricoles (CNPA) a été mis sur pied en octobre 2008 pour tenter de résoudre ce problème récurrent et d'améliorer le système de contingentement des PPC. La responsabilité principale du comité sera de veiller à ce que des mesures concertées soient élaborées et mises en application.

Dans le cadre de leur programme d'éducation du public, les PPC ont lancé, vers la fin de 2008, un DVD et un guide de référence intitulé « Une bonne affaire, du poulet super » pour aider les représentants du gouvernement, les parlementaires et d'autres personnes à mieux comprendre l'industrie canadienne du poulet et le système canadien de la gestion de l'offre.

### Aperçu pour 2009

Les PPC prévoient une augmentation de la production de 1,5 p. 100 en 2009 comparativement à l'année précédente. L'Association canadienne des restaurateurs et des services alimentaires (ACRSA) prévoit une baisse des ventes de l'industrie de 1,4 p. 100 en 2009. En prenant compte de l'augmentation du prix des repas, laquelle est estimée à 3,2 p. 100, les ventes pourraient diminuer de 4,6 p. 100.

On s'attend à ce que la baisse des prix du poulet canadien découlant de la réduction du prix des aliments du bétail et des coûts de l'énergie contribue à atténuer les pressions qui s'exercent sur les marges des transformateurs. On a constaté une tendance à la



hausse des prix du gros pour la plupart des coupes dans la seconde moitié de 2008, alors que les prix ont atteint des niveaux record, à l'exception du complexe poitrine.

Il est difficile de prévoir l'état du marché canadien de la volaille en 2009, car de nombreuses incertitudes demeurent, comme les répercussions des dernières modifications apportées au règlement américain portant sur la mention du pays d'origine (au début de 2009), les tendances quant aux prix de gros et au pouvoir d'achat des consommateurs au chapitre des aliments en 2009.

### Défis et opportunités

L'un des défis constants pour les PPC est de travailler de concert avec les intervenants en aval à l'amélioration du processus d'établissement des contingents afin de

le rendre mieux adapté aux besoins des marchés. Il existe également un besoin récurrent pour l'industrie du poulet de résoudre les questions d'efficacité et de compétitivité, tant au niveau des producteurs que des transformateurs, de maintenir la confiance des consommateurs à l'égard de la qualité et la salubrité du poulet canadien et de démontrer que l'industrie canadienne du poulet porte suffisamment attention au bien-être des animaux.

Les résultats des négociations de l'OMC continuent de préoccuper les secteurs soumis à la gestion de l'offre et les PPC.

La montée rapide du PIR est une des préoccupations constantes que les PPC surveillent en permanence, pour veiller à ce que de la viande excédentaire ne se retrouve pas sur le marché intérieur.



## Industrie du dindon



### Survол en 2008

Dans l'ensemble, l'industrie canadienne du dindon est demeurée aussi dynamique que l'année précédente. La production canadienne de dindon a atteint un niveau record de 179 Mkg, poids éviscéré, en 2008. Il s'agit d'une augmentation de 6,1 p. 100 par rapport à 2007, dont la majeure partie touchait la production de mâles lourds destinés au marché de la surtransformation. La consommation apparente intérieure de viande de dindon au Canada a atteint un niveau record de 149 Mkg, soit une augmentation de 6 p. 100 par rapport à 2007.

Les stocks en entrepôt à la fin de l'année 2008 étaient plus élevés d'environ 45 p. 100 par rapport à l'année précédente. Cette différence est attribuable principalement aux dindons de moins de 9 kg (dindons à griller, dindes légères et lourdes). Les stocks de morceaux et de produits surtransformés ont également augmenté de 8 p. 100 et de 57 p. 100 respectivement par rapport à 2007. Ces augmentations résultent du cycle de production des dindons et des répercussions négatives de l'éclosion de listériose. Cependant, on s'attend à ce que le cycle de production se rééquilibre l'an prochain.

Selon Agriculture et Agroalimentaire Canada, les importations de dindon ont augmenté de 21 p. 100 par rapport à 2007, atteignant 3,9 Mkg, alors que les importations de produits de dindon surtransformés ont faibli de 5 p. 100, totalisant 5,8 Mkg en 2008. Les exportations de dindon auraient atteint 26,7 Mkg, en baisse de 5,6 p. 100 par rapport à 2007, selon l'Office canadien de commercialisation du dindon.

### Office canadien de commercialisation du dindon (OCCD)

En 2008, en collaboration avec ses offices de commercialisation provinciaux, l'OCCD a poursuivi les travaux en vue de modifier ses politiques et ses règlements principaux, soit le règlement sur le contingentement, l'ordonnance sur les redevances à payer, le règlement sur l'octroi des permis et les décrets de délégation. L'OCCD a modifié ses politiques relatives à l'exportation et aux éleveurs-multiplicateurs dans le but de simplifier la diffusion d'information et d'améliorer son processus d'établissement des prévisions en matière d'allocation.

Pour des fins d'uniformisation et de responsabilisation, l'OCCD travaille actuellement à l'élaboration d'un accord sur la politique d'application et de suivi qui établira de quelle façon les diverses classes de contingent feront l'objet d'un suivi et d'une vérification. Cet accord permettra de clarifier les responsabilités respectives de l'OCCD et des offices provinciaux en ce qui concerne l'allocation des contingents et le paiement des redevances.

En juin 2008, le conseil d'administration de l'OCCD a adopté une politique provisoire sur les nouveaux venus dans le secteur de la transformation (dindons entiers). Elle permettra à un office de commercialisation provincial, conformément aux conditions de la politique, d'allouer des volumes supplémentaires de contingents de dindons entiers. La politique sera en vigueur jusqu'à la fin de la période de contrôle 2008-2009.



## Aperçu pour 2009

L'OCCD prévoit une diminution de la production de dindons vivants de 7,8 p. 100 en 2009 par rapport à 2008. Ce déclin est principalement attribuable au secteur des produits de dindon surtransformés. Ces prévisions tiennent compte des impacts de l'écllosion de listériose sur les habitudes d'achat des consommateurs ainsi que des répercussions du ralentissement économique au Canada.

## Défis et opportunités

Dans le cadre de ses responsabilités, l'OCCD travaille en étroite collaboration avec les intervenants de l'industrie pour explorer les possibilités de croissance dans l'ensemble de l'industrie du dindon et évaluer la confiance des consommateurs à l'égard des produits de dindon canadiens.

L'Office travaille également de concert avec les offices de commercialisation et les régies des provinces à l'élaboration des instruments réglementaires, pour assurer l'harmonisation et l'efficacité des règlements et des politiques des gouvernement fédéral et provinciaux.

Les représentants de l'industrie du dindon et du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international s'efforcent conjointement de régler la



question de la demande croissante pour des volumes d'importations supplémentaires de dindon et de produits du dindon. L'industrie du dindon aimerait que l'on maintienne les importations à un niveau acceptable tout en permettant aux transformateurs canadiens de rivaliser efficacement avec les produits

transformés importés des États-Unis en franchise de droit.

L'OCCD continue de travailler de concert avec les autres secteurs de la volaille sur les négociations en cours à l'OMC et sur les questions relatives au bien-être aux animaux et à la salubrité des aliments.





## Industrie du bœuf



### Survол en 2008

Le sondage de Statistique Canada sur le bétail montre un déclin du nombre de bovins dans les élevages au 1<sup>er</sup> janvier 2009 de 715 000 têtes, soit une baisse de 5,1 p. 100 par rapport aux chiffres de l'inventaire au 1<sup>er</sup> janvier 2008. Statistique Canada souligne que ce déclin du nombre de bovins et de veaux touche principalement les fermes bovines, où l'inventaire est en baisse de 5,6 p. 100. Quant au nombre de bovins et de veaux sur les fermes laitières, il a faibli de 2,5 p. 100 au cours de la même période.

Un 15<sup>e</sup> cas d'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) a été découvert au Canada en 2008. Selon l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE), le Canada conserve son statut de pays présentant un « risque maîtrisé » à l'égard de l'ESB.

En novembre, les représentants du Canada et de la Corée du Sud ont repris les négociations pour le rétablissement de l'accès du bœuf canadien aux marchés sud-coréen. Avant la découverte de l'ESB, en mai 2003, la Corée était le quatrième marché d'exportation pour le Canada, représentant environ 50 millions de dollars de ventes par année.

### Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie

Le Conseil a approuvé le premier prélèvement de redevances effectué par l'Office en mars 2005. Jusqu'à maintenant la Colombie-Britannique, l'Alberta, la Saskatchewan, le Manitoba, l'Ontario, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse ont signé une ordonnance sur les redevances à payer pour la commercialisation du bœuf dans leur province respective. Toutefois, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse n'ont pas encore versé de redevances, puisqu'ils s'emploient à régler des problèmes de mise en œuvre. Le Québec en est aux dernières étapes d'approbation de l'entente de service.

Les fonds générés par les redevances nationales sont affectés au Centre d'information sur le bœuf, à la *Canada Beef Export Federation* et au *Beef Cattle Research Council*. Le Manitoba et l'Ontario ont décidé de garder une partie des fonds qu'ils ont recueillis afin de les investir dans des programmes provinciaux.

## Aperçu pour 2009

L'*United States Department of Agriculture* (USDA) a révisé ses dispositions sur la mention obligatoire du pays d'origine sur l'étiquette, qui sont entrées en vigueur le 30 septembre 2008. La règle finale relative à la mention obligatoire du pays d'origine a été publiée le 12 janvier 2009 par l'USDA. Comme il a été indiqué dans le communiqué diffusé par le gouvernement du Canada le 12 janvier 2009, la règle finale offre plus de latitude en ce qui concerne les exigences américaines relatives à l'étiquetage de la viande provenant d'animaux américains et canadiens qui a été mélangée au cours du cycle de production. Le Canada a indiqué à plusieurs reprises qu'il craint que la mention du pays d'origine sur l'étiquette impose des coûts injustes, en particulier aux éleveurs canadiens, en exigeant la ségrégation des animaux canadiens.

Depuis l'annonce sur la règle finale, la nouvelle administration américaine a publié des exigences additionnelles en matière d'étiquetage, lesquelles sont volontaires. Il est présentement impossible d'évaluer si ces nouvelles exigences volontaires seront mises en œuvre par l'industrie de la transformation.

La *Canadian Cattlemen's Association* espère que la règle finale permettra aux abattoirs américains de commencer immédiatement à accepter des bovins



canadiens, en même temps que les bovins nés au Canada, mais engraisés aux États-Unis. La latitude offerte par la règle finale devrait éliminer, ou à tout le moins atténuer les réductions de prix visant les animaux canadiens.

## Défis et opportunités

Le premier défi pour l'industrie canadienne du bœuf sera de reconquérir les marchés perdus en raison des problèmes liés à l'ESB, de développer d'autres marchés internationaux, de développer davantage les marchés

canadiens et d'aider l'industrie bovine canadienne à contrer les effets du programme de la mention obligatoire du pays d'origine sur l'étiquette des États-Unis. Le parachèvement des ententes de service avec le Québec et Terre-Neuve et Labrador constitue un autre défi d'importance.

## Mission et mandat

Notre mission est de faire en sorte que les régimes nationaux de gestion de l'offre dans le secteur de la volaille ainsi que l'office national de recherche et de promotion du bœuf fonctionnent dans le meilleur intérêt de tous les intervenants, et de promouvoir le dynamisme des secteurs agroalimentaires dont le CNPA assume la responsabilité.

### Le CNPA a pour mandat de :

- » Conseiller le Ministre sur les questions touchant la création et le fonctionnement des offices prévus par la Loi en vue de maintenir ou de promouvoir l'efficacité et la compétitivité du secteur agricole;
- » Examiner les activités des offices afin de s'assurer qu'elles sont conformes aux objectifs énoncés;
- » Travailler avec les offices pour améliorer l'efficacité de la commercialisation des produits agricoles offerts sur les marchés interprovincial, d'exportation et, dans le cas d'un office de promotion et de recherche, sur le marché d'importation ainsi que des activités de promotion et de recherche à leur sujet;
- » Consulter régulièrement le gouvernement de chaque province et territoire intéressé par la création ou l'exercice des pouvoirs d'un ou de plusieurs offices dans le cadre de la Loi.

### Autres responsabilités

- » Faire enquête et prendre action, dans les limites de ses compétences, dans toutes les plaintes portant sur les décisions prises par les offices nationaux [conformément aux dispositions de l'alinéa 7(1)f)];
- » Tenir des audiences publiques lorsque requis [conformément aux dispositions du paragraphe 8(1)];
- » Veiller à ce que les offices nationaux répondent aux exigences de la Loi sur les textes réglementaires;
- » Administrer la Loi sur la commercialisation des produits agricoles (LCPA), qui permet au gouvernement fédéral de déléguer ses pouvoirs en matière de commerce interprovincial et d'exportation aux offices de commercialisation provinciaux.



## **Industrie et intervenants – Personnes-ressources**

### **Producteurs d'œufs du Canada**

Téléphone : (613) 238-2514

[www.lesoeufs.ca](http://www.lesoeufs.ca)

Monsieur Laurent Souigny, président

Monsieur Tim Lambert, chef de la direction

### **Producteurs de poulet du Canada**

Téléphone : (613) 241-2800

[www.poulet.ca](http://www.poulet.ca)

Monsieur David Fuller, président

Monsieur Mike Dungeat, directeur général

### **Office canadien de commercialisation du dindon**

Téléphone : (905) 812-3140

[www.dindoncanadien.ca](http://www.dindoncanadien.ca)

Monsieur Mark Davies, président

Monsieur Phil Boyd, directeur exécutif

### **Producteurs d'œufs d'incubation du Canada**

Téléphone : (613) 232-3023

[www.cbhema.com](http://www.cbhema.com)

Monsieur Gyslain Loyer, président

Monsieur Errol Halkai, directeur général

### **Office canadien de recherche, de développement des marchés et de promotion des bovins de boucherie**

Téléphone : (403) 275-8558

[www.cattle.ca/nco/checkoff.htm](http://www.cattle.ca/nco/checkoff.htm)

Monsieur Marlin Beever, président

Monsieur Rob McNabb, directeur exécutif

### **Conseil canadien des transformateurs d'œufs et de volailles**

Téléphone : (613) 724-6605

[www.cpepc.ca](http://www.cpepc.ca)

Monsieur Paul Borg, président

Monsieur Robin Horel, président-directeur général

### **Association canadienne des transformateurs de volaille**

Téléphone : (613) 738-1175

[www3.sympatico.ca/fppac/](http://www3.sympatico.ca/fppac/)

Monsieur Ross MacLeod, président

Monsieur Robert DeVal, directeur général

## **Régies provinciales – Personnes-ressources**

### **British Columbia Farm Industry Review Board**

Téléphone : (250) 356-8945

[www.firb.gov.bc.ca](http://www.firb.gov.bc.ca)

### **Alberta Agricultural Products Marketing Council**

Téléphone : (780) 427-2164

[www1.agric.gov.ab.ca/Sdepartment/deptdocs.nsf/all/apmc2626](http://www1.agric.gov.ab.ca/Sdepartment/deptdocs.nsf/all/apmc2626)

### **Saskatchewan Agri-Food Council**

Téléphone : (306) 787-5139

[www.agriculture.gov.sk.ca/](http://www.agriculture.gov.sk.ca/)

Agri-Food-Council

### **Manitoba Farm Products Marketing Council**

Téléphone : (204) 945-4495

<http://web2.gov.mb.ca/agriculture/programs/index.php?name=aaa31s02>

### **Commission de commercialisation des produits agricoles de l'Ontario**

Téléphone : (519) 826-4220

[www.omafr.gov.on.ca/french/farmproducts/index.html](http://www.omafr.gov.on.ca/french/farmproducts/index.html)

### **Régie des marchés agricoles et alimentaires du Québec**

Téléphone : (514) 873-4024

[www.rmaq.gouv.qc.ca/](http://www.rmaq.gouv.qc.ca/)

### **Nova Scotia Natural Products Marketing Council**

Téléphone : (902) 893-6511

[www.gov.ns.ca/agri/legislation/abc\\_main.shtml](http://www.gov.ns.ca/agri/legislation/abc_main.shtml)

### **Commission des produits de ferme du Nouveau-Brunswick**

Téléphone : (506) 453-3647

[www.gnb.ca/0175/01750001-f.asp](http://www.gnb.ca/0175/01750001-f.asp)

### **Newfoundland and Labrador Farm Industry Review Board**

Téléphone : (709) 729-3799

[www.nr.gov.nl.ca/agric/farmboard/aboutus.stm](http://www.nr.gov.nl.ca/agric/farmboard/aboutus.stm)

### **Prince Edward Island Marketing Council**

Téléphone : (902) 569-7575

[www.gov.pe.ca/af/agweb/associations](http://www.gov.pe.ca/af/agweb/associations)

### **Conseil sur la commercialisation des produits agricoles des Territoires du Nord-Ouest**

Téléphone : (867) 873-7383

